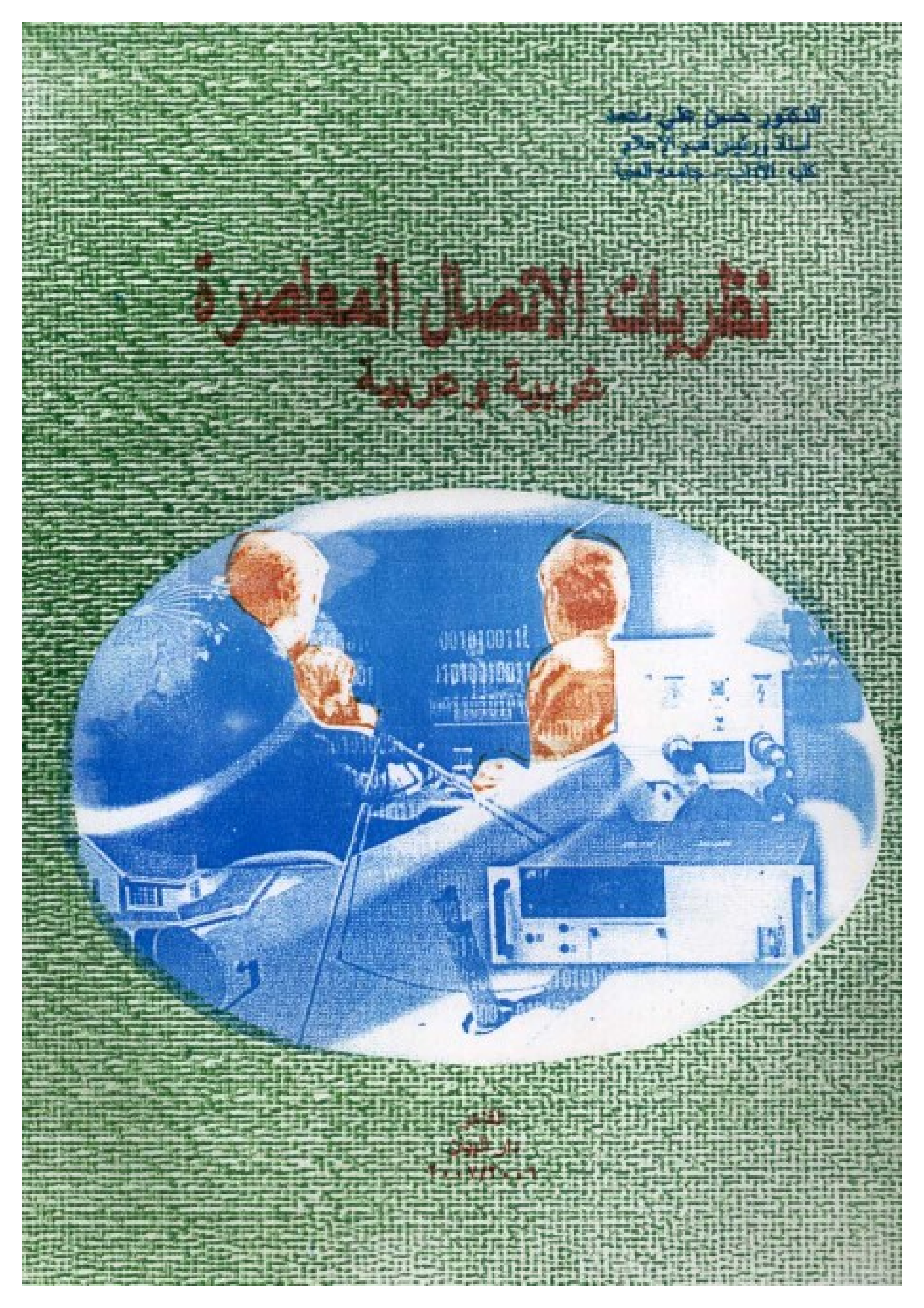


الدكتور حسن علي محمد
أستاذ ورئيس قسم الإعلام
كلية الآداب - جامعة المنيا

نظريات الاتصال المعاصرة

غربية وعربية

الناشر

نظريات الاتصال المعاصرة

غربية وعربية

تأليف

الدكتور حسن علي محمد

ورئيس قسم الإعلام

كلية الآداب - جامعة المنيا

رقم الإيداع
٢٠٠٢/١٧٩٧٢م
الترقيم الدولي
977-335 - 099- 1

بسم الله الرحمن الرحيم

نعوذ بالله أن تدعونا المحبة لإتمام هذا الكتاب إلى أن نصل الصدق بالكذب وندخل الباطل في تضاعيف الحق، وأن نتكثر بقول الزور ونلتمس تقوية ضعفه باللفظ الحسن، وستر قبحه بالتأليف المونق، أو نستعين على إيضاح الحق إلا بالحق . وعلى الإفصاح بالحجة إلا بالحجة.*

---

* الجاحظ ، الحيوان، بتحقيق عبد السلام هارون، ج ٧ ، ٢٠٠٢، ص ٢ ، القاهرة : الهيئة العامة لقصور الثقافة)

المحتويات

(تابع) المحتويـــــــات

(تابع) المحتويـــــات

مقدمة:

لطالما شُغلتُ بنظريات الإعلام زمنًا يربو على العشرين عامًا منذ أن كنت طالبًا في مقاعد الدرس ....!!

من ذلك الحين وفي نفسي عزم على ارتياد نظريات الإعلام والنظر فيها بعين عربية تستلهم التراث القديم والمعاصر وما احتوى عليه من نظريات طواها النسيان، وفي سبيل ذلك الهدف انفقت الكثير من الجهد والوقت باحثًا ودارسًا ومتأملاً في كتابات الأفذاذ القدامى أمثال الجاحظ والجرجاني والرماني وابن خلدون وابن وهب وغيرهم كثير، كما انفقت وقتًا غير قليل في قراءة وتأمل ما كتب في نظريات الإعلام عربيًا وإسلاميًا...

وقد دفعني إلى هذا أن نظريات الإعلام - كعلم مستقل - هو علم حديث النشأة، لم يحظ بتراكم معرفي كالذي حظيت به العلوم الإنسانية الأخرى مثل علوم اللغة العربية والتاريخ وعلم النفس وعلم الاجتماع أو غير ذلك من العلوم..

ولهذا نجد أن هذه النظريات قد ظهرت في بداياتها على أكتاف غير المتخصصين في الإعلام أو الذين كان الإعلام يقع في دائرة التماس مع اهتماماتهم وتخصصاتهم المختلفة ولذلك كان لكل فرع من فروع المعرفة أبطاله الذين التقت بحوثهم في النهاية مع علم الإعلام الذي تمثل نظرياته القاعدة الرئيسة فيه.

وفي هذا المجال رأينا - مثلاً - اهتمامات «كلود شانون» وزميله «ويفر» تركزت في دراسة التطورات الفنية في هندسة الاتصال والمستحدثات في مجال دوائر التليفون والآلات الحاسبة .... ولم يكن اهتمامهما نابعًا من تخصص إعلامي بقدر ما كان نابعًا من اهتمام رياضي مهني لاشتغالهما في شركة (Bell) للتليفونات.

كذلك، رأينا دراسات «هارولد لازويل» و «بول لزرزفيلد» و «كورت لوين» ، و«كارل هوفلاند».. علماء الاجتماع الذين أسهمت أبحاثهم إسهامًا فعالاً في بناء الأسس الحديثة لنظريات الاتصال.

وإذا تتبعنا الجهود العلمية لكل من من هؤلاء الأربعة وجدناه يمثل تياراً خاصاً لفرع من فروع الاتصال وحتي على المستوى العربي نجد الاهتمام بالاتصال قد شغل علماء اللغة والاجتماع والسياسات منذ قرون طويلة فمثلاً اهتمام الجاحظ بعلم البيان (الاتصال) لم تكن بهدف تأصيل هذا العلم، إنما كان الاهتمام في أصله نابعاً من دراسات قرآنية تهدف إلى فهم مقاصد القرآن الكريم، ونفس الشيء كان لعبد القاهر الجرجاني والرماني وغيرهم، حتى إن ابن خلدون عالم الاجتماع الشهير قد فطن إلى هذا وأثبته في مقدمته قائلاً:

« إن علم البيان (وهو ما يناظر علم الاتصال الآن) علم حادث في الملة ودراسة لا عهد للعرب بها في جاهليتهم ولا في العصر الإسلامي وإنما البيان كان من العلوم التي تولى غراسها المسلمون في سبيل فهم كتابهم والذب عن قرآنهم»[1].

مما سبق نرى أن بعض الباحثين الذين تصدوا للاتصال كظاهرة اجتماعية أو لغوية أو غير ذلك ، انطلقوا في دراساتهم من قلب تخصصاتهم وبالقدر الذي يخدم اهتماماتهم ويحقق أهداف دراساتهم ، وفي اعتقادي أن هذا الاتجاه لا زال سائداً.

- فالتربويون قد اهتموا في دراستهم للاتصال بكيفية تحويل الراديو والتليفزيون إلى أدوات تعليمية ومعينات ووسائل إيضاح.
- والسياسيون قد اهتموا بدور الاتصال وتأثيره في تعديل الاتجاهات والميول.
- وعلماء النفس يحاولون فهم ما تحدثه وسائل الاتصال من تأثيرات في القيم والاتجاهات والمعلومات وما يترتب على هذا كله من مشكلات نفسية.

ثـــم .....

بمجرد انتهاء البحث كان المتخصصون يعودون إلى مجالات عملهم الأصلية

(١) عبد الرحمن بن خلدون «المقدمة» ص ٥٤٥.

لمواصلة بحوثهم دون أن يحاولوا تفسير مضامين اكتشافهم لتفسير سلوك وسائل الاتصال، وقد نتج عن كل ما سبق عدد كبير من النماذج والرؤى والنظريات التي أسهمت في تكوين تراث علمي نظري لعلوم الاتصال في العصر الحديث وفي نفس الوقت عطلت هذه الاجتهادات القادمة من تخصصات شتى الجهود الرامية لبناء نظريات إعلامية متكاملة.

وقد ادركت الدكتورة جيهان رشتي هذه القضية حين أشارت إلى أن تعدد العلوم التي اشتبكت مع الاتصال وتعدد الهيئات والتخصصات أدى إلى زيادة صعوبة التنسيق بين اهداف تلك الأبحاث للوصول إلى نظرية موحدة في الإعلام كما يحدث في بعض العلوم الأخرى (١).

ويعكس ما نرى في المكتبة الأجنبية من تراكم معرفي معقول في بحوث نظريات الاتصال نواجه بندره في المكتبة العربية، كما نلاحظ أن الدراسات العربية القليلة في معظمها لم تتجه نحو بناء (نظرية للاتصال) أو نظريات تلائم الواقع العربي لأن معظم الباحثين العرب انفقوا جهوداً كثيرة في البحوث الأمبريقية التي تعني بالاستفتاءات لقياس القراءة أو المشاهدة أو الاستماع دون أن يسهم ذلك في بناء نظرية متكاملة الأركان.

والسؤال الذي يطرح نفسه : **هل كتب علي العرب أن تظل أمة مستهلكة متطفلة على موائد الغرب؟ أن نتحول إلى مستهلكين؟ ومتى يصبح لنا إسهام معتبر في علوم الإعلام الحديثة ؟**

إن المتأمل للإعلام في بلادنا (مهنة وبحوثاً ، وتعليماً وربما تدريباً) يجد أنه في مجمله أو معظمه مستورد بشكل يعكس تبعية خطيرة للغرب، لقد استوردنا وسائل الإعلام.. آلات الطباعة.. أجهزة الراديو ... محطات الإرسال ... أجهزة التليفزيون .. أجهزة التسجيل...إلخ. بل لم نتوقف عند حد التطفل على مائدة الغرب في تكنولوجيا الإعلام إنما تعدى هذا إلى استيراد المضمون المعلب بما

---

(١) جيهان رشتي ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام (القاهرة: دار النهضة العربية) ١٩٩٣، ص ٣٣.

يحمله من قيم وعادات وتقاليد وظروف تختلف عن واقعنا وتقاليدنا وعاداتنا [1].

والغريب أن المبادئ الأولى في الإعلام تقول إن الإعلام نتاج اجتماعي ورغم هذا فقد تعدى الأمر من جانبنا مجرد استيراد النموذج الغربي بآلاته ومضمونه وإنما امتد - أيضاً - إلى استيراد النظريات ولهذا شُغِل الكثير من أساتذة الإعلام العرب، بل بهر بعضهم بنتائج البحوث الغربية فقام بترجمتها دون أن يلتفت إلى تراثنا العربي وما يحويه من أفكار قد تسهم في بناء نظرية عربية.

صحيح لم يعرف العرب القدماء الإعلام بنفس المسمى الذي نعرفه اليوم لكنهم أبدعوا دراسات ثمينة تحت مسمى البلاغة أو البيان أو فنون القول.

فكم يا ترى من أساتذة الإعلام أنفق من وقته في الاقتراب من كتابات القدامى كالجاحظ في علم البيان أو ابن وهب في فنون القول أو حتى في كتابات المحدثين مثل أمين الخولي وعلي الجارم أو من المعاصرين مثل مختار التهامي وجيهان رشتي وفاروق أبو زيد وعلى عجوة، وغيرهم كثير.

لاشك عندي في أننا مقصرون في النهل من منابع التراث بنفس الحماس الذي نستورد به نظريات الغرب وحسبك أن تعرف أن أفكاراً رددها (شانون) و (برلو) و(لاسويل) سبقهم إليهاعلماء عرب مثل الجاحظ ،وابن وهب، والجرجاني والرماني والزمخشري، والسكاكي ، ولم يجدوا من ينقب في تراثهم، ولعل ما حاولت القيام به في الباب الأخير من هذه الدراسة يكون بذرة لنبت عربي ربما يثمر نظرية عربية ذات يوم .

والله الموفق،،

المؤلـــــــف

مسقط في ٢٠٠٢م.

---

(١) للاستزادة، راجع في هذا رسالتنا للدكتوراه ، البرامج الأجنبية المستوردة الموجهة للأطفال في التليفزيون المصري - دراسة ميدانية تحليلية ، ، (القاهرة :جامعة عين شمس ، معهد الدراسات العليا للطفولة،) ١٩٩٢.

الفصل الأول

إشكاليات المصطلح في نظريات الإعلام

- مقدمة.
- تطور مفاهيم الاتصال.
- الاتصال الجماهيري.
- فلسفات الاتصال.
- سياسات الاتصال.
- نظم الاتصال.
- أشكال الاتصال.
- مشكلات الاتصال.

مقدمة :

ثمة مشكلات ومزالق تقلق الباحث والطالب معاً لدى تناول نظريات الإعلام، ولعل من المهم أن نكون على بيِّنة منها منذ البداية، حتى يتسنى لنا فهم هذا العلم بشكل ميسور ورؤية واضحة..، وأُجْمِل أهم هذه المشكلات في الآتي:

■ **المشكلة الأولى: سيطرة النزعة الأمبريقية على بحوث الإعلام،** اقتداءً بأصحاب النماذج والنظريات الإعلامية في أوروبا وأمريكا... بحيث تحول البحث العلمي الإعلامي إلى مجرد عملية لجمع البيانات أو الدخول في إشكاليات وجَدَلٍ عقيم حول المنهج والأدوات الإحصائية دون الإسهام في بناء نظري تحتاج إليه الدراسات الإعلامية العربية.. رهو أمر في غاية الخطورة ، ولا أتصور أن نظل عالة على الغرب في هذا المجال إلى مالا نهاية.

وهنا دور كليات وأقسام الإعلام في الجامعات العربية التي يجب عليها أن تتبنى منظوراً عربياً يسهم بشكل ولو جزئى في نظريات الاتصال. وأن تشجع طلاب الدراسات العليا على ذلك بدلاً من تلك الصرعة التي اجتاحت الكثير منهم في تكليف الطلاب بإجراء دراساتهم وفقاً لنماذج الإعلام الغربية حيث يوجد مالا يقل عن ٧٥٪ من رسائل الماجستير والدكتوراه قائمة على نماذج مثل الأجندة والاستخدامات والإشباعات والغرس أو الأنماء ولم أجد رسالة واحدة في كليات وأقسام الإعلام في مصر تُنَقِب أو تبحث عن الجذور العربية للإعلام أو تقدم تصورات جيدة تجمع بين الأصالة والمعاصرة، وكأن تراث ١٤٠٠ سنة قد خلا من أي اجتهاد في الاتصال.

■ **المشكلة الثانية :** غموض وتداخل المصطلحات المستخدمة في نظريات الإعلام... خذ مثلاً ما كتب في نظريات الإعلام في الآونة الأخيرة تجد أنها تعالج مجموعة من الدراسات المهمة التي كشفت لنا عن الفكر الغربي والعربي في نظريات الإعلام حيث قدمت لنا مجموعة من النماذج الإعلامية الحديثة، إلا أن الغموض قد سيطرعلى ما استُخدم من مصطلحات ووبخاصة)النموذج والنظرية)...!!

ومع هذا لا يمكن لنا إلا ان نذكر بكل الفضل والتقدير هذه الجهود التي لها شرف السبق والريادة في لفت انتباه الباحثين لهذا العلم المهم.. ولكن يلاحظ على المؤلفات السابقة أنها لم تخرج من عباءة الدكتورة جيهان ، وفي هذا قد نلتمس بعض العذر لهؤلاء وهؤلاء بسبب تعقد عملية الاتصال واستحالة عزل بعض المتغيرات.. وكون الاتصال نشاطاً إنسانياً يرتكز إلى الوعي الذاتي والوعي بالبيئة المحيطة، مما يجعل من «التنظير» عملية بالغة الصعوبة.

- **المشكلة الثالثة: السعي نحو المنطقية في وصف وتفسير بعض السلوك الاتصالي غير المنطقي..**

قد يبدو هذا مستغرباً ... إذ لا عيب في السعي نحو اتباع المنطق في بناء نموذج أونظرية .. ولكن موطن الزلل هو في محاولة وضع قوالب ثابتة غير متغيرة يمكن من خلالها تفسير سلوكيات غير ثابتة أي الحكم على متغير بثابت، ويذكر في هذا الشأن ان بيئة ونظم ولغة الاتصال في المجتمعات الغربية التي قدمت لنا هذه النماذج وتلك النظريات مختلفة تماماً عن بيئة الاتصال في الوطن العربي ونظم ولغة الاتصال في بلادنا. ولهذا يصبح من الغريب أن نستخدم نماذج ونظريات غربية في تفسير وفهم عملية الاتصال في بلادنا.. وإن كان من المقبول الاسترشاد بهذه النماذج الغربية وليس تطبيقها حرفياً في بلادنا.

- **المشكلة الرابعة: الإغراق في الوصف دون التفسير...** فهناك العشرات من النماذج تصف العملية الاتصالية أو تصف نوع التأثيرات وشدتها ولكنها لا تفسر، وشتان بين الوصف والتفسير، فالتفسير يخبرنا عن شيء لم نكن نعرفه.. أو لم تتوفر لنا القدرة على كشفه بمجرد النظر .. وقد بدا لي أن كثيراً من النماذج الإعلامية التي يسميها بعض أساتذة الإعلام «بالنظريات» تصف اشياءً مألوفة لدى باحثي الإعلام بكلمات مجردة ثم تزعم أن ذلك تفسيراً . ولعل هذا ما أسهم في ضبابية مسمى «نظريات الاتصال».

■ **المشكلة الخامسة : عدم الاهتمام بالنماذج والنظريات العربية التي قدمها بعض أساتذة الإعلام المعاصرين في بحوثهم:**

وهي عقدة قديمة..، عقدة الخواجة.. حيث يفرد معظم أساتذة الإعلام العرب مساحة كبيرة لنماذج ونظريات الإعلام الغربية في مؤلفاتهم دون أدنى اهتمام بما توصل إليه من قبلهم الباحثين في هذا المجال المهم..

صحيح معظم النماذج كانت تقليداً للنماذج الغربية مثل ما أورده سمير حسين في كتابه «نظريات الإعلام» أو ما أورده عمر الطنوبي في كتابه «نظريات الاتصال» وأسماه نموذج الطنوبي، وما أورده إبراهيم إمام في كتابه «الإعلام الإسلامي المرحلة الشفهية» وهي كلها لا تخرج عن المحاكاة والتقليد.. وليس في هذا عيب ، إنما العيب في الوقوف عند ما أبدعه العقل الغربي والاكتفاء به والنهل منه دون أن نتقدم خطوة واحدة إلى الإمام.

■ **المشكلة السادسة : قلة خبرة بعض الباحثين في نظريات الإعلام بالتراث العربي:**

فهناك قطيعة بين بعض أساتذة الإعلام العرب وتراثهم .. وأنا أسأل كم أستاذاً من المهتمين بنظريات الإعلام قد قرأ كتاب (فنون القول) لأمين الخولي مثلاً وهو كتاب مهم، يحوي أفكاراً جيدة تسهم في تأصيل نظرية عربية في الاتصال، ولو رجعنا قليلاً إلى الوراء لوجدنا للجاحظ كتاباً أكثر أهمية في الاتصال يسمى «البيان والتبيين» لم يجد من يعمل فيه فكره ليقدم لنا إسهاماً عربياً في علم الاتصال...

باختصار.....

أسعى في نهاية هذا الكتاب إلى توكيد أمور أربعة:-

أولهـا: التعليق بشكل عام على بعض نظريات الإعلام بوضعها الراهن وما قد نراه مستقبلاً في ظل ثورة الانفوميديا.

ثانيها: الدفاع عن ضرورة تشجيع البحوث النظرية والتنظيرية لبناء نظرية إعلامية عربية، مع بعض المقترحات حول أيسر السبل التي تفيد طلاب الإعلام في تطبيق النظريات ، ليس في تفكيرهم المرتبط بقضايا الاتصال فقط، بل وفي الجوانب الحياتية الأخرى.

ثالثها: عرض بعض الأفكار النظرية الخاصة بي شخصياً والمتصلة بما يمكن أن نظفر به في تراثنا العربي لدى تأصيل نظريات إعلامية عربية والبحث عن جذور ملاءمة تنبت لنا منها تلك النظرية الإعلامية العربية المنشودة.

رابعها: صدر هذا الكتاب في فترة تندر فيها المؤلفات المرتبطة بنظريات الإعلام.... فالكتب العربية الصادرة من قبل لا تزيد عن أصابع اليد الواحدة، إضافة إلى أن الكثير منها يهتم بشكل مبالغ فيه بنظريات الإعلام الغربية دون أدنى اهتمام بطرح أفكار تنير الطريق لمن يبحث في نظرية عربية.

نبذة سريعة حول
مراحل تطور مفاهيم الاتصال

«الاتصال» كلمة واضحة.... غامضة ....» ورب قائل : وهل بعد أن أصبح للإعلام كليات ومعاهد وأقسام لا زالت غامضة؟ أقول : نعم . ؛ فكلمة اتصال قد تبدو جليةً واضحةً إذا استخدمناها بالمعنى القريب الضيق، بينما يحتويها الغموض حين نبحث في المجالات الواسعة التي تستخدمها.

وكلمة (**اتصال**) استخدمت في مضامين مختلفة حتى تعددت دلالاتها، فإذا كان المفهوم التقليدي للاتصال هو نقل الأفكار والمعلومات والمعاني من فرد إلى آخر؛ فإنها تعني كذلك نقل السلع والبضائع من مكان إلى آخر، كما استخدم المهندسون هذه الكلمة للإشارة إلى التليفون والتلغراف والراديو، واستخدمها الأطباء في حديثهم عن الأمراض المعدية [1] .. وهكذا، ومن خلال استقراء الدراسات السابقة في هذا المجال ، يجد الباحث رؤيتين لمفهوم (الاتصال) عبر مراحل تطوره:

الأولى : ترى الاتصال فعلاً أفقياً يمضي من مرسل إلى متلقي تأثراً بالنهج الأرسطي وقد أسهمت هذه الرؤية في نشوء عدة نماذج نسميها بالنماذج الخطية Liner Models وهي النماذج التي كان لها تأثير واضح في توجيه مسيرة البحث العلمي في مجال الاتصال حتى الآن.

الثانية :ترى الاتصال عملية دائرية ديناميكية مستمرة، معقدة ومتشابكة [2]، يصعب تحديد بدايتها أو نهاياتها وهي أقرب إلى المفهوم العربي الذي يسميه الجاحظ في كتابه «البيان والتبيين» (فنون القول) والذي أفرد له أمين الخولي كتاباً بذات الاسم.

وهناك من يرى أن مفهوم الاتصال قد مر - عبر تطوره - بعدة مراحل ، لا مرحلتين وأوجزها في الآتي :

المرحلة الأولى : البدايات: (عربياً) رأيناه متضمناً في أعمال الجاحظ وابى حيان التوحيدي وابن وهب والجرجاني وابن خلدون والزمخشري حيث ركز معظمهم على المعالجات الفنية للرسالة وصفات القائم بالاتصال وبيئة الجمهور، كما كان لأمين الخولي ومحمد مندور وشكري عياد اجتهادات ثمينة ولكنها كانت تحت مسمى البلاغة أو البيان. أما البدايات لدى علماء الغرب فقد ظهرت في أعمال عدد من العلماء والفلاسفة أمثال « دور كايم وماكس فيبر وأوجست كونت وهربرت سبنسر» ، حيث كان لهؤلاء تأثيرات غير مباشرة في تحديد مفهوم الاتصال باعتباره جزءاً من النسيج الاجتماعي.

ومفهوم الاتصال باعتباره عملية (Process) تفاعلية مستمرة عرفه العرب في القرنين الثالث والرابع الهجري تحت مسمى فنون القول أو «البيان» ثم انتقل إلى أوربا على يد «تاردي» الفرنسي، و «جورج سميل» الألماني، ثم تطور في الولايات المتحدة بعد هجرة العديد من العقول الأوربية إليها...، ويمكن القول إن مرحلة البدايات هذه قد صاغت ملامح (مفهوم الاتصال) رغم أن كل من أسهموا فيه لم يكن الاتصال همهم الأساسي ؛ ولكن يمكن القول إنهم وضعوا اللبنات الأولى في تجلية هذا المفهوم .

المرحلة الثانية : ظهور المفهوم الخطي للاتصال: وقد تأثرت في هذه المرحلة بالدراسات الأمبريقية التي حققت انتشاراً واسعاً في العلوم الاجتماعية وظهرت كتابات لاسويل التي حظيت باهتمام كبير وبخاصة في فهم الاتصال على النحو الوارد في تساؤله الشهير من ؟ يقول ماذا ؟ بأية وسيلة؟ وبأي تأثير؟ ... إلخ .

وقد اقتفى أثره كثير من الدارسين (الأجانب والعرب) فيما قدموه من نماذج للاتصال... أمثال برسلون (Berlson) ، واسجود (Osgood) ورضا بن حالة وعبد القادر بن الشيخ وعبد اللطيف حمزة ، وحفلت عشرات الكتب والرسائل العلمية لكثير من المعاصرين العرب بنموذج لازويل.

المرحلة الثالثة: مرحلة النقد والمراجعة والتقويم: قام أصحاب الكتابات من الأمريكان في المرحلتين السابقتين بنوع من النقد الذاتي بحيث اقتربت بحوثهم من مفهوم الاتصال كما طرحه الأوربيون مع هجومهم على النزعة الإمبريقية السائدة في البحوث الأمريكية و التأكيد على الطبيعة التفاعلية للاتصال (٣). ومن ثم أصبح الاتصال الإنساني ظاهرة اجتماعية نفسية ومجالاً له متخصصوه المعنيون بدراسته وقد أثرى المكتبة العربية في هذا الشأن تأليفاً وترجمةً مختار التهامي : جيهان رشتي و سمير حسين، و محمد علي العويني، ، محمد البادي ، محمد سيد محمد ، فاروق أبو زيـــد ، منى الحديدي، على عجوة ، راسم الجمـال ومن جيل الشباب حسن عماد وعدلي رضا وعاطف العبد وليلى عبد المجيد، محمود علم الدين وغيرهم كثير*.

---

* لا يخضع ترتيب الأسماء لأي اعتبار سوى ما جادت به الذاكرة.

مفاهيم الاتصال:

كلمة اتصال (Communication) مشتقة من الأصل اللاتيني (Communis) ومعناه العام أو الشائع أو المألوف.

وفي معجم اللغات : كلمة (Communication) تعني الاتصال والمخابرة والإبلاغ ونقل المعلومات وهي من الفعل أوصل أي أبلغ [٤] .

فإذا ما عدنا إلى الأصول اللغوية العربية للكلمة من واقع معاجمنا العربية نجد أن الكلمة من الفعل (وصل) ، (يصل) وقد زيد الفعل بالألف وتاء الافتعال فاصبح فعلاً خماسياً (اتصل) وعلى هذا، ف (الاتصال) مصدر « اتصل» ليدل على علاقة تفاعلية بين طرفين [٥]. وبهذا نرى أن المفهوم اللغوي العربي للاتصال قد ألمح إلى الطبيعة الدائرية التفاعلية للاتصال أي سبق الدراسات الأروبية والأمريكية بمئات السنين، حيث لم يعرف الغرب الطبيعة الدائرية للاتصال إلا بعد الحرب العالمية الثانية.

وفي المصباح المنير: وصلت إليه (أصل) وصولاً، و (وصل) الخبر بلغ، وصلت المرأة شعرها و (استوصلت)... سألت أن يفعل بها ذلك، (وصلت) شيء بغيره، وصلاً (فاتصل) به [٦] ... هذا في بعض معاجم اللغة.. فماذا عن الاتصال كمصطلح؟

الاتصال - اصطلاحاً - يثير كثيراً من الأشكاليات لتنوع ثقافات وتخصصات من تناولوه فهو مثلاً :

لدى علماء الإعلام يعني نقل المعلومات والآراء والاتجاهات من مصدر إلى متلق من أجل هدف ما يراد تحقيقه.

وينظر إليه رجال العلاقات العامة باعتباره النشاط الذي يستهدف الذيوع والانتشار لفكرة أو موضوع أو منشأة أو قضية عن طريق انتقال المعلومات أو

الأفكار أو الاراء و الاتجاهات من شخص أو جماعة إلى اشخاص أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى موحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين [٧].

والاتصال بمفهومه العام عبارة عن « عملية يتفاعل بمقتضاها مرسل ومتلقي الرسالة (كائنات حية - بشر - آلات) في مضامين اجتماعية معينة، وفي هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات {منبهات} بين الأفراد عن قضية معينة أو معنى مجرد أو واقع معين، فنحن حين نتصل نحاول أن نشرك الآخرين ونشترك معهم في المعلومات والأفكار، فالاتصال يقوم على مشاركة المعلومات والصور الذهنية والآراء» [٨] .

و الاتصال الإنساني في أبسط تعريف له يعني نقل المعلومات والأفكار والاتجاهات من شخص لآخر... مرسل يرسل رسالة خلال وسيلة إلى جمهوره بقصد التأثير فيه [٩].

ويرى صمويل بيكر : أن الاتصال أكثر تعقيداً من مجرد النموذج التقليدي للمرسل والرسالة والوسيلة والمتلقي ؛ حيث يرى أن المستقبل يميل إلى إكمال الفجوات الناقصة - في الرسائل الاتصالية - بالمعلومات [١٠] .

والاتصال من منظور اجتماعي نجد أنه «من العمليات الاجتماعية، ذات الأهمية القصوى في المجتمع، على اعتبار أن دوام استمرار تقدم المجتمع يعتمد بالدرجة الأولى على الاتصال الإيجابي الجيد [١١] .

إن الاتصال عملية ليست جامدة وإنما تتميز بما تتميز به العمليات الاجتماعية من ديناميكية حركية تجعل من المستحيل تجسيدها أو حتي تحديدها في ألفاظ ، وتلك مشكلة نظريات الاتصال.

ويرى كل من دي فلور (Defleur) وروكيتش (Rokeach) ان الاتصال عملية دلالية لاعتماده على الرموز، وانه عملية عصبية حيوية يتم فيها تسجيل معاني الرموز في ذاكرة الأفراد، وانه عملية نفسية حيث يتم اكتساب معاني الرموز

من خلال التعليم وأنه عملية ثقافية ، على اعتبار أن اللغة المستخدمة في الاتصال عبارة عن مجموعة من الأعراف الثقافية المتفق عليها ... [١٢] ».

ويميز محمود عودة بين نمطين رئيسيين في مفهومه للاتصال.

النمـــط الأول : الانتقال ذو الخط الواحد.

والنمط الثاني : الانتقال ذو الخطين».

ويقصد بالنمط الأول أن المعلومات والأفكار تنتقل من مركز إرسال إلى مركز استقبال بحيث يكون مركز الإرسال هو البعد الإيجابي، بينما يكون موقف مركز الاستقبال سلبياً تماماً أي أن عملية التفاعل تكاد تنعدم في هذا النمط.

أما النمط الثاني (الاتصال ذو الخطين) فهو يعني لدى الدكتور عودة أن العملية الموجودة عملية تبادل في الأفكار أكثر منها انتقالاً... هي ببساطة عملية تفاعل مستمر.

ويرى أن النمط الأول يتحقق في الاتصال الجماهيري وأن النمط الثاني يتحقق في الاتصال الشخصي... [١٣] !!

ولما كانت هناك عشرات ومئات التعريفات لمفهوم (الاتصال) فإننا نكتفي بما أوردناه في تعريفات غربية أو عربية وفي مجملها نلحظ أثر التخصص العلمي وثقافة الباحث في كل تعريف من التعريفات السابقة، فعالم الاجتماع يراه عملية اجتماعية، وعالم النفس يراه سلوك تفاعلي، وعالم الإعلام يراه عملية يشترك فيها المرسل والمتلقي في الصور الذهنية والمعلومات والآراء...، وعالم اللغة يراه عملية دلالية ثقافية على اعتبار أن اللغة مجموعة أعراف ثقافية..!!

من هنا كان الغموض المسيطرعلى مفهوم الاتصال لاتساع مجالاته وكثرة وتنوع تخصصات من أسهموا فيه، وأيضاً كان الوضوح حين نجعله في صورة بسيطة للتعبير عن المواقف الحياتية اليومية التي يحدث فيها نقل معلومات وآراء من شخص لآخر..!!

■ ومن التعريفات السابقة نلمس شبه إجماع على :

- أن الاتصال عملية (Process) ولا يتحقق مفهوم العملية بدون تفاعل.

- أن الاتصال شيء متغير حتي أثناء دراسته فهو في حركة دائبة ومن هنا صعوبة التنظير وصعوبة التطبيقات.

- أن الإطار الاجتماعي للاتصال يعتبر ركناً أساسياً من أركان عملية التفاعل وأن الإطار السياسي يشكل النظام الاتصالي للوسائل الإعلامية.

يعرف الاتصال الجماهيري بأنه عملية يوجه عن طريقها الاتصال، في وقت واحد إلى مجموعات واسعة من الناس وتوصف أية وسيلة إعلامية يمكن استخدامها لمثل هذا الغرض بأنها **وسيلة اتصال جماهيرية** ومن بعض هذه الوسائل الراديو والتليفزيون والسينما والصحف والكتيبات والملصقات وغيرها من المطبوعات وتبعاً لطبيعة هذه الوسائل الإعلامية فإنه كثيراً ما يشار إليها على أنها وسائل ذات اتجاه واحد أي تؤدي الاتصال من جانب واحد وهنا شرط أساسي للتعرض للوسيلة الإعلامية هو ضرورة إتاحة (Availability) هذه الوسيلة الإعلامية.

وكما هو متوقع ؛ يلاحظ أن أعظم تركيز لوسائل الإعلام الجماهيرية يكون عادة لدى الدول الصناعية الأكثر تقدماً وكذلك بين الطبقات الاجتماعية المميزة ومن ثم، فإن الوسائل الإعلامية المختارة قد تحدد إلى حد كبير التعرض المحتمل وقوعه للرسالة، والافتقار النسبي لسهولة الوصول إلى وسائل الإعلام الجماهيرية في البلدان الأقل تقدماً في الطبقات الاجتماعية غير المتميزة بما يقف عقبة خطيرة في اتساع انتشار فاعلية استخدام هذه الوسائل الإعلامية وكذلك فإن معرفة القراءة والكتابة (literacy) عامل هام أيضاً يؤثر على فاعلية بعض وسائل الإعلام الجماهيرية.

وهنالك متغير ثالث يجب أن يؤخذ في الاعتبار وهو ما يسمى بـ التعرض المتباين (Differential Exposure) ومن بين مختلف الدراسات القديمة يبرز خط واحد عام هو أن الراديو يتجه إلى أن يكون له الدور الأكبر، لدى الشعوب النامية فهل هذا صحيح الآن ؟ أم أن الغلبة قد أصبحت للتليفزيون؟ وماذا يقولون على سيطرة الفيديو في دولة مثل نيجيريا لما لا مثيل له في العالم* ثم

* ولعل هذا في الدول المتقدمة فقط أما الدول التي تنتشر فيها الأمية فالراديو والتليفزيون هما الأكثر انتشاراً فيها.

يشار إلى أن الصحف هي الوسيلة الإعلامية التي تلي الراديو من حيث سعة الانتشار. وأما الأفلام والكتب فيجيء ترتيبها، إلى ما بعدها [١٤] ، أما الآن فقد أصبح التليفزيون وسيلة إعلامية قوية التأثير بحيث ضعف دور الراديو أمامه وما أتاحته الأقمار الصناعية من فورية وانتشار لم يعهدهما التلفزيون من قبل...

وهنا أنماط عامة أخرى جديرة بالملاحظة في هذا الصدد.

(أ) يتجه عادة استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية إلى الزيادة مع ازدياد التعليم والحالة الاقتصادية.

(ب) إن الشخص الذي يستخدم وسيلة من وسائل الإعلام الجماهيرية أكثر من المعتاد قد يستخدم وسائل الإعلام الأخرى فوق المعدل المعتاد أيضاً.

(جـ) يتجه عادة استخدام الوسائل الإعلامية إلى الزيادة مع التقدم في العمر (على الأقل حتى بلوغ منتصف العمر) واستثناء من هذا التعميم هو التردد على دور السينما قد يقل بعد سنوات البلوغ.

(د) سكان الحضر أكثر استخداماً للوسائل الإعلامية عن نظرائهم، في السن والتعليم والجنس ومن سكان الريف.

والمناقشة السابقة عن وجود وسيلة إعلامية ، ومعرفة القراءة والكتابة والتعرض المتعدد المتباين، والتنوع الواسع في استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية تدل على أهمية الانتقاء الدقيق لوسائل الإعلام الذي يجب أن يتم على ضوء معرفة قدرة الوسائل الإعلامية المختلفة على التأثير في الجماهير المستهدفة.

فلسفة الاتصال :

ماذا نقصد بفلسفة الاتصال ؟

إنها محاولة التعمق في جوهر الاتصال وتحليله وفهم أبعاده، مع النظر بروية إلى المشكلة الإعلامية بحيث يمكن لنا تحديد طبيعتها ومحاولة تفسيرها

والوصول إلى العلاقات المسببة لها أو المؤدية إلى حلول شافية لها .. (١٥)، ويندرج تحت هذاا لمفهوم الكثير من البحوث والدراسات الجامعية.. مثل دراسة شاهيناز بسيوني عام ١٩٨٦م حول أهداف الإذاعات المصرية الموجهة وتأثيراتها الإعلامية، وحسني أمين حول دور الإذاعة المسموعة في التنمية القومية، ودراسة يوسف مرزوق «الإذاعات الإقليمية في الدول النامية»، ومحمد معوض، دور التليفزيون في التنمية الاجتماعية في الريف المصري ».

ربما يتساءل بعض الدارسين والممارسين معًا في حقل الإعلام..

لماذا ندرس فلسفة الإعلام ؟ وما الذي يستفيده رجال الإعلام منها في ممارسة عملهم؟

ونرد على هذه التساؤلات بتساؤلات ...

- إلى أي مدى يمكن للإعلامي أن يعمل ؛ ثم ينجح في عمله الإعلامي وهو لا يعرف الفلسفة الإعلامية للمؤسسة أو الجهاز الذي يعمل فيه؟
- إلى أي مدى يمكن للإعلامي أن يفهم السلوك الاتصالي للمؤسسات الإعلامية الدولية... شرقية أو غربية دون أن يفهم الفلسفات التي تحكم أنشطة هذه المؤسسات؟

ولعلي أوجز بعض الأهداف المرجوة من تدريس فلسفات الإعلام للدارس والممارس معًا في الآتي :

- أن فهم الفلسفة الإعلامية تساعدنا في تحديد أهداف النشاط الإعلامي القائم.
- أن فهم الفلسفة الإعلامية ترفع من قدرات وفاعلية الإعلام وتأثيره ولا تجعل القائم بالاتصال يتصادم مع آليات العمل الذي يقوم به.
- وكلما فهم الإعلامي الفلسفة التي يعمل إعلام بلاده وفقًا لها أمكن

تجنب التناقض في الأنشطة الإعلامية لشتى المؤسسات بحيث لا يؤدي الراديو عملاً يناقضه التليفزيون أو يؤدي التليفزيون عملاً تناقضه فيه الصحافة...، ولعل غياب الفلسفة الإعلامية عن بعض صناع القرار في المؤسسات ذات الصفة الإعلامية يجعل هذه الوسائل تناقض بعضها بعضاً، فمثلاً المشكلة السكانية تعالج في الراديو والتليفزيون باتجاه ضبط وتحديد النسل بينما في المساجد تعالج باتجاه زيادة النسل وفي بعض الأحيان نجد تناقضاً داخل المؤسسة الإعلامية الواحدة فيذيع التليفزيون فيلماً يرفع من قدر الأميين ويحط من قدر العلماء.

- إن أية مؤسسة إعلامية تحتاج إلى إطار تنظيمي كمؤسسة مجتمعية وكمؤسسة إعلامية فإذا قامت بدون فلسفة واضحة فإنها تقع فريسة للاجتهادات الذاتية.

إذن فلسفة الإعلام - من وجهة نظرنا - هي بحث العلاقة الجدلية بين أسس الإعلام كعلم وبين تطبيقاته في الواقع الاجتماعي، بكل عناصر هذا الواقع ومكوناته.

سياسة الاتصال Communication Policy

هي عبارة عن اختيارات صانع القرار في مجال الإعلام والتي على ضوئها يتم وضع الخطط الإعلامية، و في نفس الوقت تعتبر سياسات الاتصال جزءاً لا يتجزأ من عملية التخطيط الإعلامي القومي.

وقد جرى العرف في لغة الإعلام على استخدام تعبير سياسات للدلالة على الاختيارات أو الأسس التي على أساسها يتم الاختيار [١٦].

ولعل الشائع في مجال الإعلام أن سياسات الإعلام هي الاختيارات التي على ضوئها تُعتمد خطط الإعلام، وبذلك يختلف مفهوم فلسفة الإعلام عن مفهوم نظم الإعلام لأن فيها خلط كبير، ولهذا سوف نرى أن النظريات الأربع المعروفة (حسب تقسيم سايبرت) ما هي إلا نظم إعلامية وليست فلسفات ولا نظريات .

كذلك فإن الهدف الأساسي لسياسات الإعلام هو ربط النشاط الإعلامي بالأهداف القومية للمجتمع، ذلك لأن الإعلام ليس قطاعاً مستقلاً عن بقية قطاعات الدولة، ولذا فإن سياسات الإعلام اليوم لابد أن تسير جنباً إلى جنب إلى جوار سياسات التعليم والتربية والثقافة بل يجب أن تتفاعل مع هذه السياسات تفاعلاً كاملاً.

إن سياسات الاتصال (Communication Policies) ما هي إلاّ مجموعة المبادئ والقواعد والأسس والتوجيهات والأساليب التي توضع لتوجيه نظام الاتصال وعمليات التنظيم والإدارة والرقابة والتقويم المرتبطة بهذا النظام (١٧).

وعادة ما تكون سياسات الاتصال بعيدة المدي وتتناول الأمور الأساسية وهي تنبع من الأيديولوجية السياسية والظروف الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع...

ولكل بلد سياساته الاتصالية التي قد تكون كامنة وغير مترابطة في بعض الدول، أو قد تكون واضحة في التشريعات والمواثيق في بعض الدول الأخرى.

والسياسات الاتصالية لا يمكن أن تستورد أو تنقل كنموذج عالمي يمكن تطبيقه بل تنبع من واقع الدولة نفسها. ولهذا اهتمت الدراسات الإعلامية العربية المعاصرة بهذا الجانب: حيث جرت في هذا الشأن بحوث كل من :

الباحث السوداني عام ١٩٧٨م السياسة الإعلامية في السودان من يناير ١٩٧٢ إلى ١٩٧٦، كما تناول الحسيني محمد الديب السياسات الإدارية في المؤسسات الصحفية حيث ركز على سياسات دار التحرير للطباعة والنشر منذ عام ١٩٥٢ وحتى ١٩٨٠، وأجرت ليلى عبد المجيد عام ١٩٨٢ دراسة حول السياسة الإعلامية في مصر منذ قيام ثورة يوليو ١٩٥٢ وحتى ١٥ مايو ١٩٧١ وقد تناولت أثر السياسة الإعلامية على الفن الصحفي وفنون الإخراج والتحرير وغير ذلك.

وخلاصة القول في سياسات الإعلام أن تحديدها وصياغتها يتم بالتنسق مع كافة الأطراف في المجتمع، وبقدر نجاح هذا التنسيق يكون نجاح سياسات الإعلام.

نظم الاتصال

رغم مرور عقدين من الزمان على استخدام مصطلح (نظام إعلامي) فإنه يصعب القول بأن هناك اتفاقًا بين الباحثين على مفهوم موحد له.

ومرد ذلك إلى هذا الخلط أوعدم الفصل بين مفهومي (النظام) و(النظرية)، ولعل ذلك قد جاء نتيجة تقارب ظهور المصطلحين (١٨) .

ودراسة نظم الاتصال تعني بتحديد كيفية تأثير نظام معين على الأسلوب أو الطريقة التي يتم استخدام وسائل الإعلام طبقًا لها، ثم كيفية تأثير ذلك الاستخدام على الوسائل والمجتمع.

أنواع النظم الاتصالية

تتنوع النظم الإعلامية لدى د. جيهان رشتي وفقًا لعدة عوامل منها (١٩) :

(١) طبيعة الوسيلة الإعلامية :

وهي قد تحتم تدخل الحكومة بشكل واضح في تنظيم استخدامها أوعدم تدخلها بشكل مباشر. فهناك الوسائل ذات الطابع القومي ، مما يجعل تدخل الدولة أكبر وهناك وسائل ذات طابع محلي مما يجعل تدخل الدولة أقل فالإذاعة لها سمات الوسيلة القومية نجد قبضة الدولة عليها أكبر من الصحافة وبالتالي في مصر - مثلاً - يبدو واضحًا تدخل الدولة في إدارة اتحاد الإذاعة والتليفزيون، بينما تتدخل الدولة بشكل غير مباشر في المؤسسات الصحفية القومية، وقد وافقت على إنشاء مؤسسات صحفية خاصة، بينما لم توافق على إنشاء إذاعة وتليفزيون خاص، وقد سُمح أخيراً بإنشاء قنوات فضائية خاصة من خلال المنطقة الحرة بمدينة الإنتاج الإعلامي في مدينة السادس من أكتوبر. وظهر خلال هذه الفترة قنوات دريم١ ، دريم ٢ وقناة المحور وهي ملك رجال أعمال وتسهم الحكومة بنسبة صغيرة في هذه القنوات.

(٢) طبيعة النظام السياسي الاقتصادي

المعروف ان وسائل الإعلام قد تتأثر بشكل مباشر بالأوضاع الاقتصادية والسياسية والثقافية، ففي الدول النامية تهتم الحكومات بمركزية الوسائل الإعلامية بحيث تصدر كلها من العاصمة تجنباً للنزاعات الإقليمية الانفصالية ولإمكانية السيطرة عليها.

وهذا يفسر لنا كيف استخدمت النظم السلطوية الإذاعة والتليفزيون كأدوات تنسيق لسياساتها حيث نجح هتلر - مثلاً -في استخدام الراديو في الوصول إلى كل مواطن في ألمانيا تقريباً .. ولا زالت بعض الحكومات تسير على نفس النهج باستخدام التليفزيون ثم «النت» أخيراً.

(٣) الأوضاع التعليمية والثقافية

مستوى التعليم في أية دولة يؤثر على نظامها الإعلامي واحتياجاتها للصحف أو الإذاعة والتليفزيون ونوعية البرامج المقدمة، ومستوى المضمون المقدم فيها ويلاحظ أن غلبة الأمية في مصر جعلت السيادة للتليفزيون ثم توارى الكتاب خجلاً لقلة الإقبال عليه..، ومن عجب أن دولة كمصر ٦٨ مليون نسمة لا يوزع أفضل عنوان فيها أكثر من ثلاثة آلاف نسخة... *

(٤) اللغة واللهجات السائدة

تعدد اللغات قد يكون حاجزاً دون انتشار وسائل الإعلام بشكل جيد وبخاصة أمام الوسائل واسعة الانتشار كالراديو والتليفزيون وقد يبدو من المستحيل في الدول ذات الأقليات اللغوية المتعددة، وقد عالجت حكومات كثيرة هذا بالاتجاه نحو الإعلام المحلي مع وضعه تحت الرقابة الحكومية كما في باكستان والهند والصين وإندونيسيا...

---

* من حوار بين المؤلف والأستاذ نجيب محفوظ في مارس ١٩٨٦ بمكتبه بجريدة الأهرام.

(٥) الطبيعة الجغرافية

ويعد العامل الجغرافي من العوامل المؤثرة على النظام الإعلامي في أية دولة من دول العالم سواء في حركة توزيع الصحافة أو في النظام الإذاعي ، فمثلاً دولة مثل قطر لا تواجه مشكلات في النظام الإعلامي لصغر مساحتها بينما تواجه مشكلة اختراق البث الإذاعي من الدول المجاورة لحدودها... ، وعلى الطرف الآخر نجد دولة مثل الصين تواجه مشكلة في توزيع الصحف على المستوى القومي لامتداد مساحتها...، ومشكلات أخري في توصيل إرسال الراديو والتليفزيون للمناطق الجبلية البعيدة.. وقد حلّت الأقمار الصناعية هذه المشكلة تماماً.

(٦) التمويل [٢٠]

وهو من العوامل المؤثرة في النظم الإعلامية فالإعلام الممول من الضرائب يختلف عن الإعلام الممول من الإعلانات والإعلام الذي تموله الدولة يختلف عن الإعلام الذي يموله فرد أو حزب سياسي... فلكل نظام خاص له سماته التي تميزه عنه الآخرين.

و هناك تقسيم آخر لأنظمة الاتصال حسب **طبيعة السيطرة على وسائل الإعلام** يتفرع منها :-

١ - أنظمة حرة : (نظام تجاري) و (لامركزي).

٢ - أنظمة خاضعة للسيطرة الحكومية (نظام حكومي) و (مركزي) .

وهناك تقسيم ثالث لنظم الاتصال حسب **خصائص الجمهور:**

١ - إعلام صفوة . ٢ - إعلام جماهيري . ٣ - إعلام متخصص

وهناك تقسيم رابع لأنظمة الاتصال حسب **الأنماط السياسية والاجتماعية :**

(أ) حر (ب) شيوعي (جـ) استبدادي (د) المسئولية الاجتماعية (هـ) تنموي. وقد أشار إلى هذه التقسيمات سايبرت ومحمد سيد محمد وشاهيناز طلعت وفاروق أبو زيد وغيرهم وسوف نفصل القول فيها في الفصل الخاص بالنظريات المعيارية.

ويرى فاروق أبو زيد [٢١] أنه عندما نتحدث عن نظام إعلامي ما فنحن نشير إلى خمسة أبعاد للمفهوم:

(١) **الفلسفة الإعلامية:** التي يقوم عليها النظام الإعلامي. وهي تشمل مجموعة المبادئ والأسس الفكرية والقواعد المنظمة.

(٢) **السياسات الإعلامية:** التي تتركز في البرامج التطبيقية لهذه الفلسفة الإعلامية ويمكن الرجوع تفصيلاً لهذا في الكتاب السنوي لهيئة اتحاد الإذاعة والتليفزيون المصري..

(٣) **الإطار القانوني:** الذي يترجم الفلسفة الإعلامية إلى تشريعات تحكم عمل المؤسسات الإعلامية.

(٤) **البنية الاتصالية:** وتشمل مستوى التكنولوجيا المستخدم والكوادر البشرية والإمكانات المادية وقاعدة الاتصالات في الدولة.

(٥) **الممارسات الإعلامية:** وهي التي تحول ما سبق إلى واقع فعلي وبهذا يمكن القول: إن النظام الإعلامي ما هو إلا انعكاس للنظام السياسي والاجتماعي السائد في مجتمع ما ومع تعدد الأنظمة السياسية، تتعدد الأنظمة الإعلامية ولما كان الإعلام وليد مجتمعه فإن نظامه سيشكل وفقًا للظروف السياسية والاجتماعية لهذا المجتمع أو ذاك.

أشكال الاتصال

تشترك أشكال الاتصال وأساليبه في محور بعينه وهو محاولة السيطرة والتحكم في عقل الإنسان وسلوكه وقد اختلفت الأسماء التي يعبر بها عن أساليب الاتصال وفنونه تبعاً للغرض الذي يراد تحقيقه من عملية الاتصال أو تبعاً لدرجة الترغيب أو الترهيب، أو تبعاً لكونها عملية اتصال قصيرة المدى (كالتسلية) أو طويلة المدى (كالتعليم والثقافة).

ولكن ما الأشكال التي يتخذها الاتصال في توجيه آراء الناس واتجاهاتهم؟ وما الفروق التي تميز بعضها عن البعض الآخر؟ وهل يعتمد على الضغط العاطفي أو الانفعالي أو البدني أكثر مما يعتمد على التفكير المنطقي ؟ وما السبيل في عصر التكنولوجيا لأن يكون الفرد في مأمن من العزلة والشعور بالضياع (كما في نموذج لولب الصمت) وسط جمهور سلبي؟ وما السبيل كذلك لأن يكون الجمهور نفسه في مأمن من الاغتصاب العقلي كالذي قامت به الميديا الأمريكية بعد ضربها أول قوة عالمية في أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١؟ (Menti-cide) أو الانسياق الانفعالي والعاطفي كما تفعل وسائل إعلامنا في ذكرى وفاة المطربين والراقصين متجاهلة الكبار من علماء الأمة؟

إن الإجابة عن هذه التساؤلات لا تعتمد على دراسة أساليب الاتصال وحدها بل تعتمد على دراسة النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي السائد في الدولة والذي يعتبر الاتصال جزءاً منه.

ويمكن الإشارة إلى أهم أشكال الاتصال فيمايلي:

١- الإعلام :

قد تلتقي كلمتا : «الإعلام» و «الإعلان» - في اللغة العربية - في بعض مفرداتها ، لكن يبقى- في النهاية - فاصل دقيق بين المعنيين:

❖ ففي المصباح المنير [٢٢] : يقال : «علمته» ، «علمت» به، وأعلمته الخبر، وأعلمته به، وتجد في «أعلن» الأمر «علونا» من باب قعد أي ظهر وانتشر فهو «عالن» و «علن» و «علين».

وهكذا نلاحظ أن المادة الأخيرة تفيد الذيوع الذي قد لا تفيده بعض مفردات الكلمة الأولى.

❖ في المحيط (٢٣): أعلن، الأمر، أظهره وفي لسان العرب (٢٤): علن الشيء «علونا» إذ شاع والإعلان في الأصل إظهار الشيء وفي حديث الهجرة: «لا تستعلن به ولسنا بمقرين له».

ويقول الراغب الأصفهاني - في المفردات (٢٥) : «الإعلام (بالميم) اختص بما كان بإخبار سريع»، و «التعليم» اختص بما يكون بتكرير وتكثير وفيه أيضاً (علن): العلانية ضد السر وأكثر ما يقال ذلك في المعاني دون الأعيان.

و «الإعلام - اصطلاحاً - هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات (٢٦) .

وإبراهيم إمام في هذا التعريف يرى أن الإعلام يعني «الأخبار» بقصد تكوين «رأي» وليس لمجرد الإخبار السريع كما يذهب إلى ذلك الراغب الاصفهاني وبطرس البستاني في معجميهما...!

ونحن نميل إلى التعريف اللغوي لابن منظور الذي يرى أن الإعلام يعنى «الإظهار» وليس مجرد عملية إخبارية وإنما هو عملية اتصالية لكل أنشطة المجتمع وللحياة اليومية وتبادل المعرفة بين الناس.

ثمة تعريف آخر يرى أن الإعلام هو تزويد الناس بالمعلومات الصحيحة والحقائق والأخبار الصادقة بقصد معاونتهم على تكوين الرأي السليم إزاء مشكلة من المشاكل أو قضية من القضايا. أي أن الإعلام يقوم على مخاطبة العقل لا الغريزة. ودور الإعلام هو نقل صورة الشيء لا إنشاء هذه الصورة، وبالتالي فالإعلام لا يرسم سياسة الدولة بل هو معبر عنها فقط..، وحين نقول بأن الأخبار الصادقة إعلام فهذا يعني أن غير الصادقة ليست إعلاماً..

فقد تكون حرباً نفسية، وحين نقول بأن الإعلام يخاطب العقل لا الغريزة، فهذا يعني أن مخاطبة الغريزة قد تكون إعلاناً ولكنها ليست إعلاماً..

٢ - الإعلان :

الإعلان في القاموس المحيط المجاهرة (٢٧)

والإعلان بالإنجليزية Advertisement هو الإظهار والنشر وتعرفه دائرة المعارف الفرنسية الكبرى بأنه مجموع الوسائل المستخدمة لتعريف الجمهور بمنشأة تجارية أو صناعية وإقناعه بامتياز منتجاتها ... (٢٨)

وقد أوردت لجنة التعاريف التابعة لجمعية التسويق الأمريكية مفهوم الإعلان بأنه تلك الجهود غير الشخصية التي يدفع عنها مقابل لعرض افكار أو سلع أو خدمات وترويجها بواسطة شخص معين (٢٩).

الإعلان في جوهره ما هو إلا رسالة مدفوعة قد يكون أخباراً أو معلومات أو ترفيه أو الثلاثة مجتمعة، ومن ثم فإن رغبة المشاهد أو القارئ في الرسالة الإعلانية ترتبط بحاجته للمنتج والمعلومات أو في القيمة الترفيهية للإعلان نفسه.

وللقراء بلا شك رغبة عارمة في قراءة إعلانات أسعار السلع في الصحف، والإصدارات المتخصصة، فمثلاً تبدو الإعلانات المتعلقة بالسلع الاستهلاكية والتي تنشر في الصحيفة اليومية أكثر اجتذاباً لربة المنزل من أي شيء آخر لأنها تزودها بأخبار السلع والأصناف الخاصة .

ولا تقف أهمية الإعلان وخطورته على ما يروجه من قيم واتجاهات تعزز الاتجاه إلى مزيد من الاستهلاك فقط ولكن تزايدت في العصر الحالي خطورته لما أصبح معروفاً من قدرته على التحكم في بعض سياسات الوسيلة الإعلامية التي يرتبط بها ، وهذه القدرة على التحكم غالباً ما لا تكون مباشرة وإنما تظهر من خلال الكم المالي الذي يدفعه المعلن للإعلان عن سلعته.

وقد فطن اليهود إلى هذا ، وقد أمكنهم من خلال الإعلانات السيطرة على كثير من المؤسسات الإعلامية في أوروبا وأمريكا، ويكفي دليلاً على هذا امتناع صحيفة مثل نيويورك تايمز عن نشر رد للسفارة المصرية على مقال لصحفي يهودي بمجرد أن لوّحت الشركات اليهودية الأمريكية بمقاطعة الجريدة إعلانياً ...!! وقد استخدم اليهود هذا الأمر بوضوح كبير في الأعوام الأخيرة لإثبات وجودهم في الساحة الأمريكية.

٣ - الدعاية :

الدعاية قديمة قدم المجتمع الإنساني فهي ليست اختراعاً شرقياً أو غربياً إنما هي شكل من أشكال السيطرة على الفكر والسلوك، يستوي في ذلك الدعاية داخل حدود الوطن أو الموجهة إلى الشعوب الأخرى. ويقصد بها تلك الجهود الاتصالية الهادفة إلى ضم الناس إلى نظام ايديولوجي (سياسي - اجتماعي - اقتصادي- ديني...إلخ).

ويعرفها الصحفي «ولتر ليبمان» بأنها محاولة التأثير في شخصيات الأفراد والسيطرة على سلوكهم لأغراض غير علمية أو ذات قيمة مشكوك فيها (٣٠).

ويعرفها آخرون بأنها تلك المحاولة المقصودة التي يقوم بها فرد أو جماعة من أجل تشكيل اتجاهات جماعات أخرى أو التحكم، فيها أو تغيرها، وذلك عن طريق استخدام وسائل الاتصال والهدف من ذلك هو أن يكون رد فعل أولئك الذين يعرضوا لتأثير الدعاية - في أي موقف من المواقف - هو نفسه رد الفعل الذي يرغبه القائم بالدعاية.

ورجل الدعاية لا يريد من جمهوره أن يقوم بالتحليل أو التفكير الجاد في رسالته ولا يقدم دليلاً ثابتاً ولرجل الدعاية توجيه غير تعليمي، ومعنى هذا أن الأهداف النهائية قد قررت سلفاً قبل أن يبدأ البحث عن الحقيقة، وقد ظهر ذلك بوضوح لدى الآلة الإعلامية الأمريكية في حرب افغانستان وقد شاهدنا أكبر عملية تضليل في التاريخ..

٤ - العلاقات العامة :

تميل معظم تعريفات العلاقات العامة إلى اعتبار هذه العملية «هندسة وتدبير التفاهم والرضى» ، أو اعتبارها «الرجل الوسيط» ، أو اعتبارها «السيد ذو النية الطيبة».

يعرف د. إبراهيم إمام العلاقات العامة بأنها ذلك العلم الذي يدرس سلوك الأفراد والجماعات دراسة علمية موضوعية بغية تنظيم العلاقات الإنسانية على أسس التعاون والمحبة والوعي (٣١).

كما تميل هذه التعريفات إلى أن تجعل من رجل العلاقات العامة محللاً للرأي العام والدعاية في نفس الوقت فهو يحلل ويقيس أمزجة الناس واتجاهاتهم ورغباتهم وردود أفعالهم المحتملة التي تتصل بالمؤسسة - أو الجماعة أو الشخص أو الحكومة- التي يعمل لديها رجل العلاقات العامة أو لحسابها ورجل العلاقات العامة في عمله كدعاية فإنما يحاول أن يجعل صورة موكله (المؤسسة - الحكومة - الشخص .....إلخ) في أحسن شكل ممكن، أمام الجماعات والجماهيرالمختلفة.

٥ - الدعوة :

الدعوة لغوياً تعني النداء والطلب للاجتماع على شيء أو الاشتراك في شيء وفي لسان العرب (الدعوة) المرة الواحدة من الدعاء و «الدعاية» الذي يدعو إلي دين أو فكرة من قول اللّه تعالى : ﴿.... ودَاعِياً إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجاً مُنِيرا﴾ (الأحزاب: ٤٦) ، ومنه قوله تعالى : ﴿يَا قَوْمَنَا أَجِيبُوا دَاعِيَ اللَّهِ﴾ (الأحقاف:٣١).

أما الدعوة الإسلامية فهي مصطلح يقصد به بيان الحق وإبلاغه بهدف اشتراك الناس في خير الإسلام وهداه، وقد يراد به الإسلام نفسه (٣٢) فدعوة الإسلام ، أو الدعوة إلى اللّه، وهي دعوة الحق كما قال تعالى :

﴿لَهُ دَعْوَةُ الْحَقِّ ...﴾ (الرعد:١٤)، فالدعوة منهج يقوم على بيان الحق والخير، والهدى وكشف وسائل الباطل وأساليبه بكل الطرق والوسائل والمناهج التي يجمعها قوله تعالى : ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ...﴾ (النحل:١٢٥).

الإعلام الإسلامي :

باختصار نحن نرى تعدد تعريفاته إلى الحد الذي جعلنا نظنه كالغول والعنقاء مما دفعنا إلى إجراء دراسة كاملة حوله نال بها الباحث الجائزة الأولى في مسابقة الفنجري عام ١٩٩٩ . وما نذكره في هذه السطور ما هو إلا عرض يسير للتعريفات الشائعة حول الإعلام الإسلامي.

فمثلاً الدكتور إبراهيم في كتابه « الإعلام الإسلامي - المرحلة الشفهية » (٣٣)، لم أقف لديه على تعريف أقبله للإعلام الإسلامي ولقد رجعت للكتاب أكثر من مرة فلم أجد فرقًا لديه بين مفهوم (الدعوة) و (الإعلام) بالإضافة إلى أنه ينظر إلى الإعلام الإسلامي باعتباره إعلام ديني وفي هذا خلط بين الإعلام الديني الذي يمثل وجهاً من وجوه الدعوة وبين الإعلام الإسلامي الذي يشمل الإعلام الديني والدعوة معًا ثم يذهب إلى اعتبار الإعلام الإسلامي فرض عين في قوله: «الإعلام الإسلامي واجب على كل مؤمن ومؤمنة، ومن تخازل عنه لا يعد مؤمناً» ونحن لا نوافقه على رأيه هذا (٣٤) لأن (الإعلام) فرض كفاية إذ قام به البعض سقط عن الباقين وليس (واجباً) يخرج تاركه عن الدين إن تقاعس عنه، لذا وقع في نفسي أن عبارة د. إمام، ليس مقصوداً بها أكثر من الحث على الاهتمام بالإعلام الإسلامي ولسوف نعرض لهذا تفصيلاً في الفصل التاسع من هذا الكتاب.

أما مفهومنا للإعلام الإسلامي فهو الإخبار بالحقائق الصادقة والمعلومات الصحيحة التي تخدم أهداف المجتمع الإسلامي في إطار المبدأ الإسلامي «الحلالُ بَيِّنٌ والحرامُ بَيِّنٌ» مع مراعاة صدق النصيحة ومصلحة الأمة.

مشاكل الاتصال

من دراسة للنماذج والرؤى التي طرحها الرواد الأوائل، ومتابعة لما ينشر في نظريات الاتصال، يمكننا أن نشير إلى بعض المعوقات التي تحول دون الإتصال بفاعلية وكفاءة كما يلي:-

أولاً : معوقات مرتبطة بوسائل الاتصال (التشويش مثلاً)

من بين الأنواع المتعددة للتشويش يوجد تشويش الوسيلة الإعلامية وهو مصطلح يستخدم لوصف أي شيئ يتدخل في أمانة النقل للرسالة (مثل الشوشرة على الإرسال الإذاعي) ويسمى التشويش الميكانيكي (٣٥) ولكننا إذا تكلمنا بوجه عام فإن التشويش على الوسيلة الإعلامية يمكن فهمه على أنه يتضمن كل معوقات الاتصال بين المصدر والجمهور، وقد انتهت هذه المشكلة بدخول الراديو والتليفزيون عصر الرقمية التي تمنح الصوت نقاءً وصفاءً لم يتوفرا في تاريخ الإذاعة والتليفزيون .

وهناك نوع ثان من التدخل ، يسمى تشويش المعاني، وهو يحدث إذا ما أسيء فهم الرسالة، وذلك لأن مادة الرسالة غالبًا ما تكون خارج إطار الدلالة بين المرسل والمستقبل . أو قد يستخدم كلمات لها معنى عند القائم بالاتصال ومعنى آخر عند المستمع أو القارئ (٣٦).

ويمكن الإقلال من تشويش المعاني إذا بذل القائم بالاتصال جهداً في تحديد ألفاظه وتعريفها لصالح الجمهور الذي يريد أن تصل إليه رسالته.

ثانيًا : معوقات مرتبطة بالجمهور (العمليات الانتقائية)

وحين يتغلب القائم بالاتصال على عوائق التشويش فإنه يقابل مشاكل أخرى في إبلاغ الرسالة، ذلك أن المستقبل يفسر الرسالة في حدود إطار الدلالة بينه وبين المرسل كما قلنا، ولكل شخص خبرته المختزنة والتي تتألف منها شخصيته والمعتقدات والقيم الخاصة بالمجموعات التي ينتمي

إليها (الأسرة، العمل، المجتمع وغيرها من المجموعات) وأن الرسالة التي تتحدى كل هذه المعتقدات والقيم قد يتم رفضها أو قد يتم تشويهها فتفقد معناها.

ويتحدث علماء الاتصال عادة حول أربع عمليات انتقائية هي : «تعرض انتقائي/ إدراك انتقائي/ تذكر انتقائي/ وقرار انتقائي».

(١) التعرض الانتقائي:

وهو ميل الأفراد إلى تعرض انفسهم اختيارياً لرسالة عن طريق وسائل الإعلام التي يهتمون بها، أو التي يجدونها ملائمة لاتجاهاتهم أو أرائهم ويتجنبون شعورياً أو لا شعورياً رسائل وسائل الإعلام التي قد تكون مثيرة أو التي لا تفيد أو لا تتلاءم مع اتجاهاتهم الراهنة.

(٢) الإدراك الانتقائي :

هو ميل الأفراد إلى تحريف معنى رسالة من رسائل وسائل الإعلام أو تشويهها اختياراً حيث تصبح أكثر ملاءمة لاتجاهاتهم الراهنة أو لخبراتهم السابقة.

(٣) التذكر الانتقائي:

هو ميل الأفراد إلى أن ينسوا بسرعة أكثر تلك الرسائل الإعلامية التي لا تتفق واتجاهاتهم الراهنة ويتذكرون الرسائل التي تتمشى واتجاهاتهم ومعتقداتهم الحالية.

(٤) القرار الانتقائي :

هو ميل الأفراد إلى تجنب تأثرهم برسائل وسائل الإعلام التي لا تتلاءم واتجاهاتهم الراهنة. و«الانتقائية» تعني انحياز الجمهور إلى مدى غير عادي في اتجاه الاتفاق مع موقف القائم بالاتصال حول موضوع متعلق بالاتصال [٣٧].

ثالثاً : اختلاف الطبقة الاجتماعية

يهمنا أن نوضح أن المصدر والمستقبل طرفان في تنظيم اجتماعي والتنظيم له تكوين معين، يتمثل في العلاقات بين الوحدات الموجودة فيه وهذا التكوين له قدر كبير من التأثير على الاتصال البشري خاصة عندما يكون المصدر والمستقبل عضوين في تنظيم رفيع المستوى مثل هيئة رسمية. وهنا يمكننا أن نتخيل الاختلاف في فاعلية الرسالة نفسها بين اثنين :الأول: بين رئيس إلى المرؤوسين. والثاني: زملاء على قدم المساواة وفي هذا الشأن نناقش:

(١) التماثل والتجانس Homophily

هو الدرجة التي يكون المصدر والمستقبل متماثلين فيها في صفات مثل المعتقدات والتعليم والوضع الاجتماعي ...إلخ.

والاتصال بفاعلية يتم في أغلب الأحوال بين الأفراد المتجانسين.

(٢) أما التغاير Heterophily

فهو الدرجة التي يكون المصدر والمستقبل مختلفين فيها في صفات معينة، والاتصال بين المصدر والمستقبل المختلفين (المتغايرين) أقل فاعلية من الاتصال بين المصدر والمستقبل المتجانسين وعندما يكون لدى المصدر والمستقبل معانٍ واتجاهات متشابهة يكون الاتصال أكثر سهولة ويسراً والاتصال المتغاير من ناحية أخرى غالباً ما يؤدي إلى تحريف في الرسالة وإلى تأجيل إرسالها، وإلى وضع قيود على وسائل الإعلام وإلى الخلاف الإدراكي الذي أشار إليه فستنجر في دراساته.

مراجع الفصل الأول

(١) جيهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهر، (دار النهضة العربية) ١٩٩٣م، ص ٥٩، ص ٦٢.

2) Ernest G. Bormann, Communication Theory, Holt, Rinehart and Winste-Publisher. N.Y on.1993, P.26.126

(٣) حمدي حسن، تطور نظرية الاتصال واستراتيجيات البحث في الدراسات الإعلامية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، يناير ١٩٩٧م، ص ١٤٥.

(٤) جروان السباق، معجم اللغات الوسيط ، طبعة أولي (بيروت، دار العلم للملايين)، ١٩٨٤م، ص ١٢٣٩.

(٥) حسن علي محمد ، الإعجاز الإعلامي في القرآن الكريم، (القاهرة، دار الاعتصام) ، ١٩٩٥م. ص ٣٠، ٣١.

(٦) المصباح المنير مادة ، وصل.

(٧) سمير محمد حسين ، الإعلام والاتصال بالجماهير والراي العام، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٨٤م، ص ٢١.

(٨) جيهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، مصدر سابق ، ص ٥٣.

9) Warrenk, (et al), Introduction to Mass Communication . N.Y. Harper & Pulishers, 8gh edition. 1985, p.17. Raw

10) Beaker, Samuel. L. Discovering mass communication,Illinois, Glenvew Scott forsman and Company, 1983,P.5:10.

(١١) زيدان عبد الباقي، وسائل وأساليب الاتصال في المجالات الاجتماعية والتربوية والإدارية والإعلامية (القاهرة: النهضة المصرية، ١٩٧٩م) ط ٢، ص ٤٤.

(١٢) حمدي حسن، مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال، (القاهرة : (دار الفكر العربي)، ١٩٨٧م، ص ٨٢، ص ٨٣.

(١٣) محمود عودة، أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي، (بيروت: دار النهضة العربية) ب.ت. ص٥.

(١٤) محمد سيد محمد، المسئولية الإعلامية في الإسلام، (القاهرة: مكتبة الخانجي)، ١٩٨٣م، طبعة أولى، ص ٢١٠، ص ٢١١.

(١٥) نفس المصدر السابق، ص ٢٠٧.

(١٦) ليلى عبد المجيد، السياسات الاتصالية والإعلامية وأثرها في الثقافة والتربية، مجلة عالم الفكر، مج ٢٣، العددان الأول والثاني، ١٩٩٤م ص ٥٥.

(١٧) نفس المصدر ، ص ٥٦.

(١٨) فاروق أبو زيد، انهيار النظام الإعلامي الدولي، بدون ناشر، ١٩٩١م، ص ١٤٨-١٥٠.

(١٩) جيهان رشتي،النظم الإذاعية في المجتمعات الغربية، دار النهضة العربية، ١٩٩٤م. من ص١٢:ص٣٦.

20)Johnb, B.Thimpson,Social Theory and the Media in. communication. theorytoday, by David Corwley and Davied Mitchell, Combridge: Polity Press,1999,pp.27:50.

(٢١) فاروق أبو زيد ، مصدر سابق ص ١٢.

(٢٢) المصباح المنير، مادتا : (علم، علن)

(٢٣) القاموس المحيط، مادة علن.

(٢٤) لسان العرب، نفس المادة.

(٢٥) الراغب الأصفهاني، المفردات في غريب القرآن، مادة علم.

(٢٦) إبراهيم إمام ،الإعلام والاتصال بالجماهير، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٧٨م، ص١١.

(٢٧) القاموس المحيط (مادة علن).

(٢٨) خليل صابات، الإعلان: تاريخه، أسسه وقواعده، فنونه وأخلاقياته، القاهرة ، (مكتبة الإنجلو المصرية) ١٩٦٩م، ص ١، ٢.

(٢٩) سامي الشريف، الإعلان التليفزيوني -الأسس والمبادئ، القاهرة، دار الوزان، ١٩٩٠م، ص٥.

(٣٠) حسنين عبد القادر، الرأي العام والدعاية وحرية الصحافة، القاهرة، بدون ناشر، ١٩٥٧م، ص ٩٧.

(٣١) إبراهيم إمام، العلاقات العامة والمجتمع، القاهره، دار الطباعة الحديثة، ١٩٥٧م، ص٧، وراجع أيضاً علي عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٧٧م، من ص ١٥:ص ١٩.

(٣٢) عمارة نجيب، فقه الدعوة والإعلام، دار الفاروق ، طبعة أولى ، ١٩٨٣م، ص ١٧.

(٣٣) إبراهيم إمام، الإعلام الإسلامي - المرحلة الشفهية، القاهـرة، مكتبة ا انجلو المصـرية، ١٩٨٠م، ص ٧، ٨.

(٣٤) نفس المصدر السابق، من ص ٧-٩.

(٣٥) جيهان رشتي مصدر سابق.

(٣٦) Denis McQuail and Seven windahl. Communication Models. N.Y,Longman,1981,p.12.

- وراجع أيضاً في نفس الشأن د. جيهان رشتي ، مصدر سابق، ١٩٩٣م، ص ١٢٥.

Ibid,p.13 (٣٧)

الفصل الثاني
النظرية والنموذج في الدراسات الإعلامية

- مقدمة.
- أولا: مفهوم النظريـــــة.
- ثانياً: نظريات الاتصـــال.
- ثالثاً: مفهوم النمـــوذج.
- رابعاً: وظائف النمـــوذج.
- خامساً: أنواع نماذج الاتصال.
- سادساً: العلاقة بين النموذج والنظرية.

مقدمة :

يمكن القول إن **المرحلة الأولى** من تاريخ نظريات الإعلام بدات وصفية وان البحوث التي مهدت لنماذج ونظريات الإعلام كانت ترتكز إلى الحدس والتخمين والملاحظة المقصودة...، ثم كانت **المرحلة الثانية** من تطور نظريات الإعلام والتي بدأت مع تطبيق مناهج العلوم السلوكية في بحوث الإعلام معتمدين في هذا على استخدام العينات والبحوث الميدانية مما مهد - فعلاً - لظهور النماذج والنظريات الإمبريقية، كما شهد تطور نظريات الإعلام اتساعاً في بحوث الإعلام بحيث ظهرت الأبحاث البينية التي تقع في منطقة ما بين الإعلام والسياسة أوالإعلام والاجتماع أو الإعلام وعلم النفس....إلخ. اما **المرحلة الثالثة** من تطور نظريات الإعلام فقد قصدت مباشرة إلى البحث عن نظرية أو نظريات ترتكز إلى اساس علمي بدلاً من التخمين وعلى أساس كمي إلي حد بعيد بدلاً من الأساس الكيفي الوصفي.

وقد اتجهت الدراسات الإعلامية في مصر في السنوات الأخيرة إلى التركيز على البحوث الإمبريقية والمناهج الحديثة غير ان هذه الأبحاث - للأسف - اعتمدت تماماً على عطاء الغرب في نظريات الإعلام و لم تبذل جهداً في اتجاه نظرية أو نظريات إعلامية عربية.

وسوف نتناول في هذا الموضع ذلك التداخل بين مفهومي النظرية والنموذج وهو تداخل ملموس نراه سائداً في معظم البحوث والمؤلفات العربية بما في ذلك الحديث منها وللحق فإن نفس التداخل قد حدث في بعض الدراسات الأجنبية التي قد تسمى بعض النماذج نظريات أو بعض النظريات نماذجاً . ويمكن الرجوع في هذا إلى مؤلفات دينيس ماكويل وبخاصة الطبعة الأخيرة من كتابه «نظريات الإعلام» "Communication Theory",2001" مثلاً. وفي هذا الفصل سوف نضع حداً بينهما ثم نبين أنواع النماذج ووظائفها والعلاقة بين النموذج والنظرية.... وذلك على النحو التالي:-

أولاً : مفهوم النظرية

Theory

إن كلمة (Theory) في الإنجليزية معناها الجانب النظري من علم أو فن[1] ويرادف كلمة نسق أو نظام التي يقابلها كلمة (System)، والنسق في اللغة العربية هو ما جاء من الكلام على نظام واحد[2] ، والتنسيق هو التنظيم أو الترتيب.

كما يستخدم علماء المنطق مفهوم النسق للدلالة على مجموعة من القضايا المرتبة في نظام معين بعضها مقدمات لا يبرهن عليها النسق ذاته، والبعض الآخر يكون نتيجة مستنبطة من هذه المقدمات[3].

والنظرية في معناها الفلسفي - وإن كانت مرادفة لكلمة نسق - إلا أن مفهومها يطلق على مجموعة من المسلمات والمبرهنات وبالتالي فإن اصطلاح نظرية لا يطلق على قضية واحدة من قضايا النسق.

أي يقصد بالنظرية في أبسط معانيها بأنها جملة تصورات مؤلفة تأليفاً عقلياً تهدف إلى ربط النتائج بالمقدمات.

أما معناها العلمي فقد يقصد به تلك الفروض العلمية التي تمثل الحالة الراهنة للعلم وتشير إلى النتيجة التي تنتهي عندها جهود العلماء في حقبة معينة من الزمان[4].

باختصار يمكن القول بأن النظرية عبارة عن إطار فكري يفسر مجموعة من الفروض العلمية ويضعها في نسق علمي مترابط، مما يجعل عملية بناء نظرية تحتاج إلى جهد علمي عقلي تركيبي يتميز بالنظرة الكلية للحقائق الجزئية [5].

ويرى بعض الباحثين أن النظرية عبارة عن قالب فكري منظم يبدأ بمجموعة من التخيلات العقلية (فروض علمية) تقوم بربط مجموعة من المتغيرات تعين الباحث على تفسير العلاقة بين هذه المتغيرات تفسيراً منهجياً [6].

وبالرجوع إلى دائرة المعارف البريطانية نجد أن النظرية هي خطة ذات مراحل مرتبة ذهنياً، تشتمل على مجموعة من النظم والعمليات والافتراضات والاقتراحات التي تتسبب في إحداث نتيجة قائمة على الاستدلال الذهني المنطقي (٧).

وهي ترتيب منطقي منهجي للحقائق طبقاً لطبيعة العلاقة بين هذه الحقائق وبين فروض مسبقة وهي تفسير لصحة بعض الفروض التي لا ترقى إلى مستوى القانون (٨). وربما كان هذا التعريف سبباً في إطلاق مسمى «نظرية» على كثير من نماذج الاتصال التي نراها في مؤلفات نظريات الاتصال الحديثة بالعربية والإنجليزية .

ثانياً : مفهوم نظريات الاتصال

كما هو الحال في مفهوم (الاتصال) ، تطور عبر مراحل زمنية بفضل جهود الباحثين في شتى المجالات، كذلك كان اصطلاح (نظرية الاتصال) فمنذ أن نشر كلود شانون نموذجه الرياضي سنة ١٩٤٨م تلاه أكثر من ١٥ نموذج لعناصر الاتصال تحاول أن ترسخ مفهوماً أو مفاهيماً جديدة للاتصال البشري.

ولقد شاع في أوائل الخمسينات تعريف (نظرية الاتصال) بشكل ضيق انصب على نواحي الاهتمامات الفنية الدقيقة في نظرية المعلومات...!!

أما على المستوى العربي ، فقد انفق الباحثون وقتاً كبيراً في البحوث الأمبريقية والاستفتاءات لقياس القراءة أو الاستماع أو المشاهدة ولا زالوا ينفقون الكثير من الوقت في هذا الشأن دون أن يتصدى بعضهم (للتنظير)... صحيح هناك بعض الباحثين كتبوا في نظريات الإعلام على رأسهم جيهان رشتي ثم تلاها سمير حسين ومحمد عبد الحميد وحسن عماد وغيرهم ، إلا أن مثل هذه المؤلفات لم تتعد جهودها طور الترجمة والوقوف عند الإنتاج العلمي لعلماء الغرب ولم نظفر منها سوى بمحاولات على نفس النهج الغربي دون محاولة تقديم منظور عربي في هذا الشأن.

كما أن تعدد الهيئات والتخصصات المرتبطة بدراسة الاتصال قد عطل من ظهور (نظرية للاتصال) أو جعل من الصعوبة بمكان أن تصل هذه الأبحاث إلى نظرية موحدة لصعوبة التنسيق بين علماء الاجتماع والهندسة وعلم النفس والإعلام ...إلخ.

وقد برز هذا في كتابات جيهان رشتي في كتابها «الأسس العلمية لنظريات الإعلام»، سمير حسين في كتابه «نظريات الاتصال» و محمد عمر الطنوبي في كتابه «نظريات الاتصال» ، وحسن عماد في كتابه «نظريات الاتصال المعاصرة» ومحمد عبد الحميد في كتابه «نظريات التأثير».

بينما يرى محمد سيد محمد في كتابه «المسئولية الإعلامية في الإسلام» أن نظريات الاتصال هي جزء من فلسفة الاتصال حيث أن فلسفة الاتصال أعم وأشمل من نظرياته [٩]. وأن نظريات الإعلام عبارة عن قراءة في الفكر الاجتماعي والاقتصادي للعمل الإعلامي ولتطوره التاريخي والثقافي إلى جانب تنظير الخبرة الإعلامية ومحاولة تعميمها وصياغتها صياغة شاملة.نجد أن جورج . ن. جوردون يرى صعوبة وضع تعريف دقيق لنظريات الاتصال لأنه يرتبط بالدراسات المرتبطة بالاتصال كالاجتماع والفلسفة والإعلام وعلم الدلالة وعلم النفس والألكترونيات..إلخ [١٠]. ولأن بناء نظرية يأخذ من كل تخصص من هذه التخصصات بطرف ليضعها في إطار نظري يتحول إلى حقائق بعد التأكد من صحة فروضه.

ومن خلال استعراضنا لأدبيات البحث العلمي في (نظرية الاتصال) نجد أن المقصود بنظريات الاتصال لدى الباحثين لا يخرج عن:

(١) إما نتائج محاولات الباحثين في الاتصال الإنساني والجماهيري ومحاولات الفهم والتنبؤ ومعرفة أثرها في المجتمع مثل دراسات شرام ولازرسفيلد وغيرهما.

(٢) أو خلاصة تجارب الباحثين وقياساتها التجريبية والميدانية على مجتمعات معينة مثل دراسات ليرنر وكاتز، وكالن وكابلان وبارسون وغيرهم.

(٣) أو توصيف <u>للنظم الصحفية</u> مثل بحوث سيبرت «نظريات الصحافة الأربع» المعروفة وهي نظريات السلطة، والحرية، والمسئولية الاجتماعية، والسوفيتية، ويصنفها كثير من الباحثين العرب على أنها نظريات بينما نراها نحن نظماً وليست نظريات...!

(٤) خلاصة وجهات نظر خبراء الاتصال التي توصلو إليها بعد دراسات وخبرات طويلة في الاتصال مثل نظرية ماكلوهان وليبمان وغيرهما.

وبصفة عامة يمكن القول :

إن النظرية بمفهومها الحالي في الاتصال الجماهيري ليست إلا محاولات من الباحثين لتجسيد ما يرونه مهما في عمليات الاتصال. كما يمكن القول إن نظريات الاتصال تتسم بسمتين:

الأولى: الاعتماد على عمليات تصورية ربما تنحاز لقضية ما أو فكر معين، وهي غالباً ما تلقي الضوء على مجال أو مجالات معينة من تلك الظاهرة على حساب باقي المجالات الأخرى.

ولهذا فإن نظريات الاتصال بمفهومها الحالي تتسم بعدم كفايتها للوصول إلى الحقيقة الكاملة بعكس نظريات العلوم الطبيعية.

الثانية: أنه لا توجد ظاهرة تمت دراستها أو وضع نموذج لها بصورة كاملة وإنما هي تركز على جزئيات كنماذج برلووشرام وشانون وغيرهم وبصفة عامة فإن نظريات الإعلام تهدف إلى وضع معايير وقيم للسلوك الاتصالي الإنساني.

وظائف نظريات الاتصال[11]:

١ - تنظيم المعرفة ووضعها في نسق يقربها من الفهم.

٢ - تسليط الضوء على بعض الظواهر الغامضة أو الجديدة بما يضيف معارف جديدة لسلوك الاتصالي.

٣ - الوصول إلى بعض المبادئ العامة التي قد تحكم السلوك الإنساني وتفيد في ممارسة العمل الإعلامي.

٤ - التنبؤ بما سيحدث من قبل الجمهور.

٥ - تحقيق الاتصال الفكري بين الباحثين في الاتصال الجماهيري.

ثانياً : كيف نصل إلى وضع نظرية؟

ويرى كل من (وارنر سفرين) و (جيمس تانكرد) أن النظرية تمر بأربعة مراحل [12] في علم الاتصال وهي : -

(١) فحص العلاقة بين أمرين بينهما ترابط يحتاج إلى معلومات لفهمه.

(٢) وضع فروض لتفسير هذه العلاقة.

(٣) محاولة وضع نموذج يقرب عملية التفسير والفهم.

(٤) الوصول إلى قانون يحكم الظاهرة.

(٥) الوصول إلى نظرية ترتكز إلى هذا القانون.

ثالثاً: مفهوم النموذج Model

كلمة نموذج (Model) في معناها العام تطلق على اي تشخيص أو وصف أو استدلال رمزي للأشياء بحيث تكوّن في عقولنا نماذج للأشياء كالقطار والطائرة وغيرهما..، وهو ما نسميه بالصور الذهنية.

فالنماذج تمثل محصلة للخبرات التي نمر بها، وقد نأخذ هذه النماذج من الرسوم والكتابات والأفعال والحكايات والتصورات سواء أكانت أسطورية أم واقعية وهي «عبارة عن أدوات رمزية تساعدنا على فهم الظاهرة أو النظام وإدراك العلاقات بين العناصر الأساسية في تلك الظاهرة. أي أن النموذج هو تلك الرؤية التي تسبق النظرية وتمهد لها في حالة نجاحه واستمراره.

وترى جيهان رشتي أن النموذج هو محاولة لإعادة خلق العلاقات التي يفترض وجودها بن الأشياء أو القوى التي ندرسها وذلك في شكل مادي أو رمزي. وقد ذهب (وارنر)، و (تانكرد) [١٣] إلى ذات المعنى.

وللدكتورة جيهان رشتي فضل السبق في توجيه أنظار الباحثين العرب إلى نظريات ونماذج الإعلام في كتابها «الأسس العلمية لنظريات الإعلام»، و هي بحق أول من قام بحصر للنماذج الإعلامية مع فرزها وتصنيفها إلى نماذج في الاتصال الذاتي وبين فردين والجماهيري وسار على دربها كثير من الباحثين ولا زال كتابها مرجعاً غنياً لكل من يتصدى لدراسة أو تدريس نظريات الإعلام غير أن ما يؤخذ على الكتاب عدم وضع خط فاصل بين النموذج والنظرية، ولعل هذا لا ينقص من قيمة الكتاب ويكفي الدكتورة جيهان في هذا الشأن فضل السبق والريادة.

غير أن باحثاً مثل (هاويس Howes) لفت نظرنا إلى الفرق بين النموذج والنظرية حين قام بمراجعة دقيقة وجيدة تفرق بوضوح بينهما ونحن نوافقه في رأيه الذي جعل النظرية مستوى أعلى من النموذج، وأن النماذج خطوات قد تقود إلى نظرية[١٤].

ويرى سمير حسين أن النماذج تمثل خلاصة للدراسات الإعلامية في مجال الاتصال بالجماهير، وأن هذه النماذج قد تطورت في السنوات الأخيرة تطوراً ملحوظاً يتسق مع التطور الملموس في الدراسات الإعلامية (١٥)، غير أنه أيضاً يستخدم النموذج والنظرية بمعنى واحد في كتاباته.

أما (دنيس) فإنه يرى أن النموذج ما هو إلا وصف مبسط في شكل تخطيطي لجزء من الحقيقة بهدف بيان العناصر الأساسية لأي تركيب في العملية الاتصالية والعلاقات بين هذه العناصر (١٦).

إن النموذج عبارة عن محاولة لتقديم العلاقات الكامنة التي يفترض وجودها بين المتغيرات التي تصنع نظاماً معيناً في شكل رمزي، فالنماذج هي أدوات ثقافية تساعدنا على فهم أية ظاهرة أو نظام وإدراك العلاقات والصلات بين العناصر الأساسية فيها (١٧)، وهو عبارة عن بناء شكلي أو صوري أو رياضي للعلاقة بين العناصر والمتغيرات التي نقوم بدراستها وذلك للإسهام في تبسيط المعرفة وتنظيمها وشرح الظواهر العلمية ومساعدة الباحثين على التفسير(١٨).

وفي عقود الستينات والسبعينات من القرن الحالي كان تركيز الدراسات الغربية واهتمامها بصياغة النماذج قد اتجه نحو الاهتمام بالتأثيرات الاجتماعية والثقافية وعلى الوجه المقابل نلاحظ اهتمام علماء البلاغة العرب بالنص (معالجات الرسالة) نفس قدر اهتمام العلماء الأجانب بالتأثيرات بدلاً من الاهتمام بالنظر في العملية الاتصالية ككل، حيث وجدنا اهتمام الزمخشري بالإعجاز القرآني والشريف الرضى بالإعجاز النبوي وحديثاً وجدنا البهي الخولي في تذكرة الدعاة وأمين الخولي في فنون القول والرافعي «الإعجاز القرآني» والعقاد في اللغة الشاعرة وغيرهم كثير.

طبيعة وفكرة النموذج :

اسلفنا القول بأن العملية الاتصالية عملية معقدة يصعب تحديد بدايتها أو نهايتها كما يصعب عزل أي طرف منها عن محيطه الاجتماعي أوالتحكم في عامل من العوامل كما هو الحال في الدراسات التطبيقية.

ونظراً لتعقيد عملية الاتصال لجأ كثير من الباحثين إلى تجريد عدد من المتغيرات المحتملة التي تتضمنها العملية في شكلها الكلي واستخدموا في ذلك فكرة النموذج ولهذا سوف نلاحظ أن كل نموذج يركز بطبيعته على جزئية معينة، فمثلاً نموذج (ولبورشرام) يركز على الخبرة المشتركة ونموذج (برلو) يركز على القائم بالاتصال والمتلقي، وتشارلز رايت أضاف وظيفة التسلية وشانون نبهنا للتشويش الدلالي والحركي وهكذا... إلخ.

وبناء نموذج يتطلب عمقاً وفهماً للعملية الاتصالية ودراسة متأنية للمتغيرات التي يختارها الباحث وتلك التي يستبعدها ومن هنا تراوحت النماذج ما بين التعقيد والبساطة وما بين نماذج لفظية أو إحصائية أو رياضية... إلخ، ونحن حين نحكم على أي نموذج فمعيارنا الأساسي هو فائدته للتراث العلمي الإعلامي ومنفعته للممارسين من رجال الإعلام. وإذا كان من أهم الأهداف التي يسعى إليها أي علم هو زيادة فهمنا للظواهر المحيطة بنا، كذلك النماذج الإعلامية كان من أهم أهدافها مساعدتنا على التنبؤ وفهمنا الاتصال فهماً سليماً.

رابعًا : وظائف النماذج

يقودنا الحديث عن وظائف النماذج إلى تساؤل تطرحه د. جيهان رشتي في هذا الشأن بقولها: ما المزايا التي تعود علينا من تحويل العمليات النفسية أو العلاقات الاجتماعية إلى نماذج رياضية؟ أو إحصائية؟ أو نماذج ملموسة محسوسة؟ يجيب عن تساؤلها (دنيس ماكويل) و (سيفين وندال) بتحديد أربعة أهداف تلبي أربعة وظائف لنماذج الاتصال على النحو التالي [١٩]:

١ - تنظيم المعلومات للمعاونة على فهم الأحداث.

٢ - تشجيع القيام بأبحاث.

٣ - السيطرة على الظواهر والتحكم فيها.

٤ - مساعدتنا على التنبؤ.

وفيما يلي تفصيل ما سبق :-

١- الوظيفة التنظيمية للنماذج:

إذا كان من الصعب وصف عملية الاتصال لديناميكيتها وتعقدها، فإن النماذج تعمل على تجميدها بما يوفر للدارس فرصة عزل المتغيرات الهامة ووصف دورها في عملية الاتصال، بهذا تساعدنا النماذج على تخطي عقبة تعقد ظاهرة الاتصال بتبسيطها في شكل رمزي.

ونكتشف هنا ميزة من مزايا النماذج في أنها تعمل على إعادة تقديم الخصائص الرئيسة للنظام الذي تخضعه للملاحظة حيث يمكننا من خلال النماذج وضع عدد كبير من المتغيرات في تكوين واضح، ومن خلال الأشكال التوضيحية والرسوم البيانية بما يعين على فهم الأحداث من حولنا.

٢ - النماذج تثري الدراسات الإعلامية وتعمل على تطويرها

إذا كانت الدراسات الإعلامية لا تزال في طورها المبكر، وأن معرفتنا بعلم الاتصال لا زالت محدودة، فإننا نحاول دائماً أن نزيد من معرفتنا به، والنماذج تجعل الاتصال بعناصره أبسط وأسهل.

ولعل هذه الوظيفة تفيد الأكاديميين أكثر من الممارسين وتفتح آفاقاً جديدة من خلال متابعة الجديد من نماذج الاتصال وقد استفاد كثير من طلاب الدراسات العليا في هذا الشأن غير أن مايؤخذ على هذا الاتجاه هو الحكم بمعايير غربية على قضايا عربية قد لا يفضي بنا رلى الحقيقة.

٣ - وظيفة التحكم والسيطرة

فالنموذج يساعدنا في تنظيم المعلومات ثم فهمها وبالتالي يمكننا التحكم فيها والتنبؤ باحتمالات المستقبل ولعل هدف التحكم من الأهداف الرئيسه للنماذج ومن خلاله يمكن تطوير بحوث الاتصال ولعل وظائف النماذج كلها متشابكه كل منها يخدم الآخر.

٤ - وظيفة التوقع

فهناك علاقة قوية بين تنظيم المعلومات لفهمها وبين التوقع والتنبؤ، فالفهم هو نقطة البداية لاكتشاف المجهول، والتنبؤ بدوره يساعد على زيادة الفهم، ولعل مراكز البحوث الغربية تنشط في استطلاعات لمعرفة سلوك الجمهور وبخاصة تلك القياسات التي تجريها مراكز بحوث الرأي العام لمعرفة اتجاهات الجماهير في الأزمات والانتخابات.

خامساً : أنواع نماذج الاتصال

في أدبيات بحوث الاتصال الخاصة بنظريات الإعلام يمكن التمييز بين عدد من النماذج الأساسية وكل نموذج منها يختلف عن الآخر في طريقة معالجة عملية الاتصال .

(أ) أنواع النماذج وفقاً للشكل:

١) النماذج البنائية Structural Models

وهي النماذج التي تظهر الخصائص الأساسية للحدث أو لشيء أي المكونات وعدد وحجم وترتيب الأجزاء المتصلة بالنظام أو الظاهرة التي تصنفها.

٢) النماذج الوظيفية : Functional Models

تقدم صورة طبق الأصل للأسلوب الذي يعمل بمقتضاه النظام وهي نماذج تشرح طبيعة القوى المؤثرة على الظاهرة والنظام[٢٠].

(ب) أنواع النماذج وفقاً لمستويات الاتصال [٢١]:

١ - نماذج الاتصال الذاتي.
٢ - نماذج الاتصال بين فردين.
٣ - نماذج الاتصال الجمعي.
٤ - نماذج الاتصال عبر الثقافات.
٥ - نماذج الاتصال العام.
٦ - نماذج الاتصال الجماهيري .

(جـ) أنواع النماذج وفقاً لطريقة العرض:

١ - نماذج لفظية: أي سلسلة من الكلمات تشرح عناصر الاتصال والعوامل المؤثرة فيها مثل نموذج لازويل الشهير من : يقول ماذا ....إلخ.

٢ - نماذج لفظية مصورة أو رمزية: وهي امتداد للنماذج اللفظية للاتصال تحاول شرح عملية الاتصال برسوم مصورة كما في نموذج شرام وبخاصة المرحلة التي أشار فيها إلى الخبرة المشتركة.

وفيما يلي تفصيل ما سبق .

النماذج اللفظية:

يستند كل نظام لفظي على مجموعة من القواعد التي تسمح لمن يستخدمونه بأن يروا أشياء معينة محددة، وغالبية النماذج اللفظية ترى أن عناصر الاتصال هي :

مصدر - رسالة - وسيلة - متلقي.

ومن أصحاب هذا الاتجاه:

أرسطو -٠ لاسويل - بروك - جربنر [٢٢].

مزايا النماذج اللفظية:

- تستخدم نظاماً من الرموز والمصطلحات المألوفة للجميع فهي وسيلة لعمل إطار لأبحاث الاتصال.
- تستخدم اللغة كوسيلة لنقل الأفكار وتتسم اللغة المستخدمة بالمرونة والبساطة.
- لا يحتاج الفرد إلى تمرين خاص لفهمها.

عيوب النماذج اللفظية :

- غير قادرة على استيعاب العلاقات المعقدة في الاتصال البشري.
- تنظر إلى عناصر الاتصال نظرة جزئية بدلاً من النظرة الشمولية.
- اللغة تمثل قيداً على التفكير وقد لا تكون مفهومة للجميع.

النماذج اللفظية المصورة أو الرمزية:

النموذج المصور أو الرمزي هو امتداد للنموذج اللفظي لأنه يهدف إلى توضيح عناصر النموذج اللفظي وتقديم صورة الهدف منها وتفسير العلاقات المعقدة التي ربما لا تستطيع الكلمات التعبير عنها.

النماذج التفسيرية:

وهي التي تفسر كيف يؤثر السلوك النفسي على الاتصال ومنها كانت نظريات هيدر، نيوكومب واسجود وفستنجر [٢٣].

تحديات تواجه بناء النموذج

واجه بناء النموذج عدة صعوبات منها:

- **أن العملية الاتصالية غير ثابتة....** وأن النموذج يعمل على تجميدها مضطراً لوصفها وتحليل عناصرها فأنت حين تجمد لحظة من حياتك بصورة فوتوغرافية يجب أن تعلم أن الصورة ليست الواقع وليست تلك اللحظة التي قمت بتجميدها.

- **إغفال بعض العناصر الهامة عن عمد** أو نسيان بعضها أو ترتيب بعض عناصر الاتصال ترتيباً لا يناسب الواقع وهناك بعض النماذج قد تبسط الظواهر أكثر من اللازم وبعضها يعقد الظاهرة بدلاً من تبسيطها لفهمها.. كما أن التركيز على الاتجاه الخطي للاتصال دون الدائري خلق الكثير من المشاكل في بحوث الاتصال أكثر مما حلها.

- **مشكلة استخدام اللغة** إذا كان الاتصال عملية ، فإن اللغة كما يستخدمها البشر هي أيضاً عملية لأنها تتغير وتتطور وبالتالي فإن اختيارنا للكلمات والأوصاف في بناء النماذج قد لا يكون موضوعياً تماماً، ولهذا رأينا كثيراً من النماذج يشوبها التحيز، أو تعوزها الدقة بمضي الوقت وقد لجأ كثير من أصحاب النماذج إلى استخدام كلمات جديدة مثل (وضع الفكر في كود) بدلاً من القدرة على التعبير كتابة أو نطقاً و (فك الكود) بدلاً من القدرة على القراءة أو الاستماع..إلخ.

سادساً : العلاقة بين النموذج والنظرية:

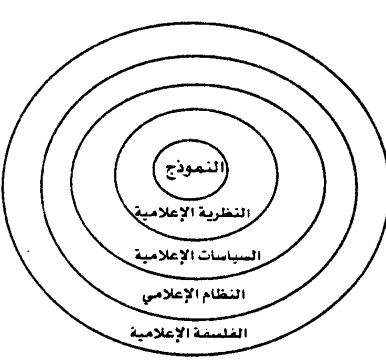
لا تأتي النظرية من فراغ بل يتطلب الوصول إليها المرور بنماذج متعددة ومتكاملة ومتحدة في الهدف، ويعد النموذج خطوة لبناء النظرية. فالنموذج نظرية لم تكتمل بعد والعلاقة بينهما هي علاقة الجزء بالكل.

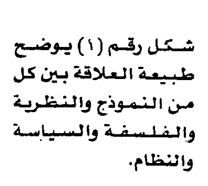
والوصول إلى نظرية يتطلب القيام بوضع العديد من التصورات في شكل نماذج بنائية أو وظيفية. وبالتالي فالعلاقة بين النموذج والنظرية هي علاقة تكاملية ديناميكية إيجابية متبادلة.

ويفرق محمد علي العويني بين النظرية ، والنموذج نقلاً عن ، Sereno، الذي يرى أن النموذج يتكون من مجموعة علاقات بين المفاهيم. أما النظرية فيقصد بها مجموعة من المفاهيم المترابطة التي تقدم تعريفات للظواهر بتحديد العلاقة بين المتغيرات مع شرح الظواهر والتنبؤ بها (٢٤).

ويرى العويني أن هناك تداخلا بين النظرية والنموذج ويؤيد سيمون Simon، ، في نظرته للنموذج بأنه نظرية مصغرة.

كما يرى (كابيلا) أن النموذج يعد الخطوة الأولى نحو النظرية ويركز النموذج على مشاكل أقل، بينما تصلح النظرية للاختبار فإن ذلك ليس ضرورياً للنموذج (٢٥).




شكل رقم (١) يوضح طبيعة العلاقة بين كل من النموذج والنظرية والفلسفة والسياسة والنظام.

مراجع الفصل الثاني

(١) منير البعلبكي، قاموس المورد، بيروت، دار العلم للملايين، ١٩٩٤م، ص ٩٦٣.

(٢) المصباح المنير، مادة نسق، وكذا مختار الصحاح ولسان العرب.

(٣) محمد سيد محمد، المسئولية الإعلامية في الإسلام، مرجع سابق، ص ٢٠٩.

(٤) مراد وهبة، المعجم الفلسفي ، القاهرة ، دار الثقافة الجديدة، ١٩٧٩م، ص

(٥) معجم المصطلحات والعلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، ب.ت. ص٤٢٤.

(٦) المعجم العربي الأساسي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، ص ١٩٨٩، ص١٢٠٦.

(٧) Encyclopedia Britannica, The Universty of Chicago,15th edition, 1983,pp.941:942.

(٨) ايمن محمد النبوي غبور، النظريات الوضعية لعلوم الاتصال الجماهيري والمجتمع الإسلامي المعاصرجامعة الزقازيق، (دكتوراه غير منشورة) ص ١٩٩٦، ص٢.

(٩) محمد سيد محمد، مرجع سابق، ص ٢٣٦.

(١٠) Werner J.Severin and James W. Tankard, JR. Communication Theories: Origens. Methods, Uses, N.Y., Communication Arts Books,1984,p.IX.

(١١) Ibid,P.14.

(١٢) Ibid p.230

(١٣) د. جيهان رشتي، مرجع سابق، ص ٧١.

(١٤) London Howes, Pragmatics of Analoguing: Theory and Modle Construction in Communication, Mass Addition O-Wesley,1995,P.122.

(١٥) سمير محمد حسين ، مرجع سابق ، ص ٦٢.

(١٦) Denis McQuail and Seven Windahl, communication Models, N.Y,Longman,1981.po.4-5.

(١٧) جيهان رشتي، مصدر سابق، ص ٧٥.

(١٨) محمود عبد الحميد، الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٣م،ص٢٥.

(١٩) Denis McQuail and Seven Windahl, op.cit.p.2

(٢٠) Ibid,p.3

(٢١) جيهان رشتي، مصدر سابق، ص ٨٢، ٨٣.

(٢٢) Denis McQuail, op.cit.p.18.

(٢٣) راجع تفصيلاً في جيهان رشتي الأسس العلمية لنظرية الإعلام مصدر سابق، ص ٢٣٩.

(٢٤) محمد علي العويني، نماذج الاتصال وتطبيقاتها في الإعلام الدولي، مكتبة الأنجلو المصرية ص، ١٩٩٠م، ص ١١.

(٢٥) نفس المصدر السابق ص ١٢.

الفصل الثالث
Intera Personal (Models)
نماذج الاتصال الذاتي

- مقدمة.
- الاتصال الذاتي وعمليات الإدراك واكتساب المعاني
- (الإنسان) باعتباره مستودعا للمعاني.
- نموذج باركر، ووايزمان Wiseman & Barker
- نموذج بولدنج Boulding
- نموذج صمويل بويس Samuel Bois
- نموذج بارنلند Barnlund

الاتصال الذاتي

Intera personal communication

مقدمة:

الاتصال الذاتي هو ما يحدث داخل الإنسان..: داخل عقله، يتضمن أفكاره، مدركاته، تجاربه، وفي الاتصال الذاتي يكون المرسل والمتلقي كياناً واحداً.

والاتصال الذاتي يشمل الأنماط التي يطورها الفرد في عملية الإدراك أي الأسلوب الذي يلاحظ الفرد بمقتضاه ويقيم ويعطي معنى للأفكار والأحداث والتجارب المحيطة به [١].

تعريف الاتصال الذاتي:

الاتصال الذاتي Interapersonal هو تلك العمليات الشعورية التي تحدث داخل الفرد، أي اتصال الفرد مع نفسه[٢]، وبدون فهمنا لأنفسنا وبدون أن تكون الصورة واقعية لأنفسنا يصبح الاتصال الشخصي أو الجماهيري صعباً.

ويمثل الاتصال الذاتي القاعدة الأساسية التي ترتكز عليها جميع أنواع وأساليب ومستويات الاتصال الإنساني، فبدون اتصال ذاتي فعال، لن يستطيع الإنسان أن يتواصل مع الآخرين، ولا أن يؤدي وظيفته في البيئة التي يعيش فيها بمعنى أنه يستحيل عليه التعرض لوسائل الإعلام والتكيف مع بيئته ومجتمعه[٣].

وكما تعمل المكونات الألكترونية في جهازك التليفزيوني أو الإذاعي على منع استقبال أكثر من محطة أو قناة في نفس الوقت فإن جهاز الإدراك المركزي في الإنسان ينتقي المنبهات المختلفة ويغربلها حتى يمكنك من التركيز في شيء واحد..، عمليات الانتقاء هذه هي اتصال ذاتي يتبعه القرار الانتقائي والاستجابة للمنبه فإذا حدث تداخل من منبهات أخرى حدث ما نسميه بالتشويش كأن يرتفع صوت فرقعة في الشارع أثناء مشاهدة التليفزيون أو تسمع رنين صوت الهاتف وأنت تقرأ جريدة...إلخ.

ويلعب الانتباه Attention دوراً مهما في الاتصال الذاتي ويقسمه حسن خير الدين قسمين: انتباه إرادي Voluntary Attention وانتباه لا إرادي In-voluntary Attention[٤].

ويرى (ماكوبي) Maccopy أن الانتباه الإرادي يأتي فيه المنبه من داخل الفرد نفسه فمثلاً إذا رغبنا في الطعام فإن المثير يأتي من الداخل من المعدة وحركة الأمعاء، وإذا شعرنا بالصداع كان الألم في الرأس منبهاً داخلياً... وهكذا[٥].

أما الانتباه اللاإرادي فهو يأتي من خارج الجسم البشري أي من البيئة المحيطة. فكل منا يتعرض لمثيرات ومنبهات خارجية مختلفة في الحياة اليومية، ولكننا لا ننتبه إلا إلى أشياء معينة تجذب الاهتمام الأعلى صوتاً أو الأكبر حجماً.

إذن مفتاح العملية الاتصالية البشرية هو الفرد الذي تتصارع وسائل الإعلام على جذب انتباهه وتشكيل مدركاته لإكسابها معان جديدة تخدم أهداف الاتصال..!

ولقد كفانا علماء النفس مؤنة لبحث في «الانتباه» ، و«الإدراك» فالتراث العلمي في علم النفس ثري في هذا المجال، غير أن هذه الدراسات وإن أوضحت جوانب الإدراك وجعلته مفهوماً لغير المتخصصين، فإنها لم تسبر - بعد - غور عملية إضفاء المعاني على الدلالات والكلمات...إلخ.

ولعل الهدف من فهم عمليات الإدراك هو معاونتنا على مواجهة العالم عن طريق إضفاء معان على الأحداث والأشياء أي أننا نحن الذين نقوم بتحديد ما سندركه ونقوم بتشكيل مدركاتنا بحيث نبني لعالمنا صورة..[٦]. ولذلك فإن فهم الأسلوب الذي يعمل الإدراك بمقتضاه له أهمية كبيرة في فهم الأفراد للرسائل الإعلامية وكيف يدركونها ويفهمونها... فيتفاعلون معها أو يتخذون مواقف معارضة...!!

ولفهم عملية الإدراك لدى شخص سليم الحواس نجد أنه يتصل بالعالم من حوله من خلال السمع والبصر واللمس والشم...إلخ، والمعروف أن ٩٨٪ من المعلومات يعرفها الشخص السليم من السمع والبصر..، ثم تأتي عملية الرموز المتمثلة في الكلمات والألوان ذات الدلالات والتي يدرك بها الفرد ما حوله.

وتلعب اللغة دوراً رئيساً في عملية الإدراك التي تمثل مفتاح الاتصال الذاتي، فاللغة تملي علينا الطريقة التي نرى بها العالم، وللعالم الشهير عبد القاهر الجرجاني عبارة شهيرة، تجدر الإشارة إليها في هذا المقام يقول فيها:

«إن الكلمات التي هي أصوات تجري من الأذن مجري الألوان من البصر» [٧].
ولابن وهب إسهام، وفير في هذا الشأن - لم يلتفت إليه كثير من أساتذة الإعلام - يقول في كتابه البرهان في وجوه البيان.

«بيان الأشياء بذواتها وإما لم تُبِن بلغاتها، فالأشياء تبين للناظر المتوسم، والعاقل المتبين بذواتها وبعجيب تركيب الله فيها وآثار صنعته في ظاهرها[٨]، كما قال تعالى: ﴿إنَّ فِي ذَٰلِكَ لَآيَاتٍ لِّلْمُتَوَسِّمِينَ﴾ (الحجرات:٧٥) ، أي المتفكرين الذاكرين.

ويقول ابن وهب: «إن هذه الأشياء إنما تعبر لمن اعتبر بها وتُبَين لمن طلب البيان منها»[٩].

هذا ما قاله عالمان عربيان مسلمان قبل قرون من باركر وويزمان Barker، Wiseman وهو يتفق مع ما توصلا إليه في نموذجهما الذي يتحدثان فيه عن تأثر الكائن الحي بالمنبهات الداخلية والخارجية في الاتصال الذاتي ..!

وينظر علماء الاتصال إلى الاتصال الذاتي بنظرة أقل اهتماماً من نظرتهم للاتصالين الشخصي والجماهيري، وهم يرون أن الاتصال الذاتي موضع اهتمام أطباء الصحة النفسية والعقلية وموضع اهتمام علماء الاجتماع باعتباره من العوامل المساعدة علي التكيف مع الجماعات والاندماج في المجتمع.[١٠]..، بينما

الاتصال الذاتي في المنظور الإسلامي هو الأساس لأية عملية اتصالية وهو القاعدة الأساسية لمستويات الاتصال التي تليه، بل يصل الأمر إلى حد التنبيه إلى الاتصال الذاتي باعتباره المدخل الحقيقي لأي اتصال بالآخرين فيأمر به ويحض عليه فقد جاء في القرآن الكريم على لسان سيدنا نوح عليه السلام (قل إنما أعظم بواحدة: أن تقوموا لله مثنى (اتصال شخصي) وفرادى (اتصال ذاتي)، ثم تتفكروا (التفكير من عمليات الاتصال الذاتي) ما بصاحبكم من جنّة،

وقد أثنى سبحانه وتعالى على العقلاء الذين (يتفكرون في خلق السموات والأرض) وجعلهم وحدهم أصحاب عقول سليمة... قال تعالى":﴿ إنَّ فِي خَلْقِ السَّموات والأرْضِ واخْتِلاَفِ اللَّيلِ والنَّهار لآياتٍ لأولي الألْبَابْ) ثم يقول : ﴿ويَتَفَكَّرُونَ في خَلقِ السَّموَاتِ والأرْضِ، ربَّنا مَا خَلَقْتَ هَذا باطلاً سُبْحَانَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ﴾.

وفي المنظور الإسلامي التفكير فريضة وليس ترفاً فكرياً كما في الفكر اليوناني، لأنه يقود صاحبه للحقيقة ولن يصل الإنسان إلى معرفة الحقيقة إلا من خلال معرفته بنفسه وفي الأثر يقول أبو بكر الصديق- ﷺ - «من عرف نفسه فقد عرف ربه».

والإسلام يربي المسلم ويدعم بنيانه ويُغني مدركاته فإذا استوى عوده أمكنه الإبحار في الحياة وممارسة الاتصال الفعال فيثمر تعاوناً وإخاءً ومحبة، ويمارس الاتصال الجماهيري فيثمر سلاماً لمن حوله، ويمارس الاتصال الدولي فينشر سلاماً عالمياً ﴿قُلْ سَلَامٌ عَلَيْكُمْ﴾ و ﴿تَحِيَّتُهُم فِيها سَلَامٌ﴾.

وفي الحديث النبوي (مثل الجليس الصالح والجليس السوء كحامل المسك ونافخ الكير..إلخ الحديث) والمجالسة اتصال شخصي يمارسه كل إنسان في حياته اليومية فإذا كان الجليس صالحاً هداك إلى الطيب من القول... وكما يقول القرآن الكريم ﴿ وَهُدُوا إلى الطَّيِّبِ مِنَ القَوْلِ﴾ والطيب من القول اتصال فعال له نتائج مبهرة (وهُدُوا إلَى صِرَاطَ مُسْتَقِمِ﴾ ، ولهذا كان الدعاء في صلوات المسلم ﴿اهْدِنَا الصِّرَاطَ المُسْتَقِيمِ﴾ .

إن الاتصال الذاتي شحذ لحواس المسلم وتربية عقلية له وتنمية لمداركه فإذا اطمأن المسلم إلى سلامة إدراكه وقوة جهاز التلقي أمكنه الاتصال بالناس ﴿وَجَعَلْنَاكُم شُعُوباً وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا..﴾.

إذن الاتصال الذاتي في المنظور الإسلامي ضرورة ؛ عبادة وإصلاح للإنسان وشفاء لما في الصدور.

ولهذا كان تركيز القرآن على الاتصال الذاتي الناجح فحث عليه ﴿ أَنْ تَقُومُوا للهِ مَثْنَى وَفُرَادَى....﴾.

ثم ينبه إلى مراقبة الله ﴿إنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ سِرَّكُمْ وَجَهْرَكُمْ ﴾، ﴿إنَّ اللَّه يَعْلَمُ مَا تُسِرُّونَ ومَا تُعْلِنُون﴾ ، ﴿وَمَا يَخْفَى عَلَى اللَّهِ مِنْ شَىء﴾.

إن الاتصال الذاتي في المفهوم الإسلامي لم يكن ترفاً عقلياً يمارسه فلاسفة في أبراج عاجية أو رياضة ذهنية للخاصة...، إنما الاتصال الذاتي في الإسلام مدرسة عقلية روحية تعد المسلم إعداداً كاملاً لتمكنه من ممارسة التفكير بحرية واستقلال وإدراك الكون إدراكاً واقعياً علمياً ولهذا كان دعاء الرسول ﷺ «واجعل صمتي فكراً »

من هذا نعلم أن الكلمات بما تحمله من دلالات ومعان يدركها الفرد بسمعه كما يدرك دلالة الألوان بعينيه، ومعنى هذا أن بناء لغة الفرد يحدد الطريقة التي سوف يدرك بها الواقع من حوله.

غير أنه ينبغي الحذر من القول بأن اللغة تحمل دلالات تعبر عن الواقع أو توازي هذا الواقع، لأننا في حياتنا اليومية قد لا نستخدم اللغة بشكل علمي، وموطن الخطر هو أن اللغة قد لا تعبر تعبيراً دقيقاً عن الواقع ..(١١).

ولهذا كثيراً ما يحدث في حياتنا اليومية مشكلات سوء فهم بين الرفقاء أو الزملاء أو الأصدقاء سببها أن القدرة على التعبير لدى طرف من الأطراف لم تكن جيدة يترتب عيها إدراك قوله على غير ما يريد الطرف الآخر، فتنشب الاختلافات (١٢).

وترى جيهان رشتي أن أكبر مشكلة في اللغة هي اعتيادنا استخدامها وكأن الكلمات تساوي أشياء محددة، بينما الكلمات هي في واقع الأمر مجرد رموز، ولهذا فإن الاتصال يتأثر بشكل مباشر بعادات استخدام اللغة، وبهذا تصبح اللغة جزءاً لا يتجزء من هذه العملية(١٣).

ولهذا اجتهد أهل صناعة اللغة العربية في اختيار الألفاظ لأهميتها في الإدراك فمثلاً يرى ابن الأثير في كتاب «المثل السائر» أن ثمة علاقة بين صوت الكلمة ودلالتها وأن الصوت يجعلك تستمتع بسماع الكلمة ويضفي عليها معان طيبة، أو يجعلك تنفر من سماعها... فيقول:

«ألا ترى أن السمع يستلذ صوت البلبل ويميل إليه ويكره صوت الغراب وينفر منه؟» (١٤). هذا قول ابن الأثير وليس أصحاب المدرسة الجشتلطية بل قبلهم بقرون عديدة.

والألفاظ تجري على هذا المجرى فلفظ (المزنة) حسنة يستلذها السمع، بينما لفظ (البُعاق) يكرهها السمع وهي نادرة الاستخدام مع أن لفظ مزنة وبعاق من صفات المطر، وقس عليه لفظ (السيف) ولفظ (الخنشليل) ولفظ (الأسد) ولفظ (الفدوكس)...(١٥)

بهذا نعلم أن الكلمة إن أُحسن اختيارها تبعث في خيال السامع صورة المعني محسوساً مجسماً دون حاجة إلى الرجوع للمعاجم، ولقد امتازت اللغة العربية عن غيرها من اللغات بأن التعبير فيها يوصف بائتلاف الجرس، ويُسْر اللفظ ، وصفاء الرونق، وخفة الأداء، كما امتازت بوفرة كلماتها في المعنى الواحد بفروق دقيقة في الدلالة فمثلاً حين يرى الإنسان شيئاً بمجامع عينيه نقول رمقة وإذا كان النظر من جهة الأذن، قيل : لحظة، وإذا كان النظر بسرعة، قيل : لمحة وإذا كان النظر بعداوة، قيل نظر إليه شذراً.... (١٦)، وللعقاد كتاب رائع في هذا المجال يسمى «اللغة الشاعرة» ورغم صغر حجمه إلا أنه يحوي الكثير من منظور إعلامي رغم أن الرجل لم يكن من اهتماماته التنظير أو التأطير لعلوم الإعلام..، وإنني لأدعو المهتمين بالتراث من باحثي الإعلام للنظرفي هذا المؤلف الهام.

نماذج الاتصال الذاتي

أولا: نموذج «الإنسان كمستودع للمعاني»

يرتكز هذا النموذج على التفكير في الإنسان باعتباره مستودعاً للمعاني وكمركز لتنسيق المعلومات من خلال استيعابه للأحداث والتجارب السابقة.

أي أن هذا النموذج ينظر إلى الإنسان ، كما ننظر إلى بنك الذاكرة في الكمبيوتر. ونظراً لأن الاتصال الذاتي يتضمن إضفاء معان وعمل تقييمات داخل العقل الإنساني وكيفية استجابته للمعاني، فإن كل فرد فينا يمكن القول أنه مركز تنسيق للمعلومات، حيث يتعرض للكثير من المنبهات الداخلية والخارجية، فيختار ويصنف ويعطي معنى لما يختار أن يدركه (١٧).

ويتضمن مركز تنسيق المعلومات ثلاثة أجزاء:

١ - الفرد وما يحتويه من منبهات داخلية كمراكز الإحساس والحفظ والشم والذاكرة...إلخ.

٢ - الإطار الذي ينظر الفرد من خلاله إلى المنبهات الداخلية والخارجية.

الإطار الذي ينظر الفرد من خلاله إلى المنبهات

ويشمل النظام الاجتماعي والاقتصادي والسياسي ...إلخ

الفرد

المنبهات الداخلية

ذاكرته

تكوينه الجسمي

لغته

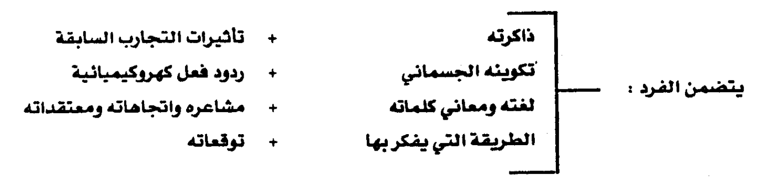
طريقة تفكيرة

منبهات خارجية

شكل رقم (٢) يوضح عملية الاتصال الذاتي داخل الإنسان

٣ - المنبهات خارج الفرد والذي يمنحها معانٍ ويقوم بالاستجابة لها.

من النموذج السابق نجد في الشكل رقم (٢) أن الفرد:



تتفاعل هذه المكونات داخل الفرد وفقاً للمجال الذي يفكر فيه أو يتقابل معه أو تقوم عليه تجربته فينشأ ما نسميه بالاتصال الذاتي:

- فرؤية فرد ما لطفل صغير قد تنشط ذاكرته فيعود إلى الوراء في أيام الطفولة.
- ووقوع فرد ما في مشكلة قد تجعله يستعيد تجاربه السابقة ليفكر من خلالها في طريقة للخلاص.
- والقاموس اللفظي وحساسية المشاعر قد تدفع شخصاً للانفعال بلحظات الغروب فيكتب شعراً أو قصة.

وتعمل المنبهات الخارجية على المشاركة في إضفاء المعاني على الأشياء فالزهور المنسقة في حديقة لها معان ودلالة، بينما نفس الزهور لو ألقيت في صندوق القمامة فلن يكون لها عندنا نفس المعنى ولا نفس الأحاسيس والمشاعر.

فالزهور هي الزهور ...، ولكن الأولى أضفى التنسيق والترتيب عليها معانٍ جديدة غيرت صورتها وإدراكها، بينما الثانية اعتراها الإهمال وعدم التنظيم فجعل لها صورة غير مقبولة.

وفي هذا يقول الجاحظ «إن المعاني مطروحة في الطريق يعرفها العجمي والعربي والبدوي والقروي والمدني، وإنما الشأن في إقامة الوزن وتخيّر اللفظ وسهولة المخرج وصحة الطبع وجودة السبك» [١٨]. فالكلمة وحدها لا تعطي معنى

لدى الجاحظ وإنما المعنى في جودة السبك وانتقاء اللفظ❖.

ولهذا يرى عبد القاهر الجرجاني في «دلائل الإعجاز» أن الألفاظ لا تتفاضل من حيث هي الفاظ مجردة ولا من حيث هي كلمة مفردة... وأن الألفاظ تثبت لها الفضيلة في ملاءمة معنى اللفظ للمعنى التي تليها» (١٩).

وكذلك فإن ما يحدث داخل الفرد من أمراض صحية نفسية لا تحدث من فراغ وإنما هي استجابات لذلك السيل من المنبهات الداخلية والخارجية المحيطة بالإنسان والتي تشمل كل شيء في بيئته، غير أن هذه الاستجابات قد تكون طبيعية أو مبالغ فيها أو غير متوقعة.

بهذا يمكن القول إن المعاني في داخلنا نسكبها على العالم من حولنا من خلال سلامة حواسنا وقوة إدراكنا وتجاربنا السابقة وقدرتنا على الفهم لما يحيط بنا ولهذا كان الصمت والتفكير محمودين عند العرب وكان دعاء الرسول ﷺ «..واجعل صمتي فكراً»... وما قاله الشاعر العربي في هذا :

الصمتُ زيـــن للفـتى ❖❖ فإذا نطقت فلا تكن مكثـاراً
ما إن ندمت على سكوتي مرة ❖❖ ولقد ندمت على الكلام مرارا

ومما يسهم في الإدراك ... فكرة المرء عن نفسه وهي التي ترجمها الشاعر في قوله : كن جميلاً ترَ الوجود جميلاً فإذا كانت فكرة المرء عن نفسه جيدة أمكنه إدراك ما حوله بشكل جيد، أما أولئك الذين في خصام مع أنفسهم ويشعرون بأنهم لا قيمة لهم..، غالباً ما يكون إدراكهم لما حولهم مشوشاً ولا يقدرون الأمور تقديراً سليماً. وترتبط فكره المرء عن نفسه بنظرية مفهوم الذات في علم النفس الاجتماعي منها:

١ - أن مفهوم الفرد عن نفسه يعتمد على إدراكه للطريقة التي يستجيب بها الآخرون له.
٢ - أن مفهوم الفرد عن ذاته يوجه سلوكه.
٣ - أن الطريقة التي يدرك بها استجابات الآخرين له تؤثر في سلوكه.

هذه العوامل تفسر لنا عملية الاتصال الذاتي متداخلاً مع الاتصال الشخصي..، وهي ضرورية كما قلنا في فهم السلوك السوي والسلوك المرضي.

❖ نتناول هذا تفصيلاً في فصل الإسهامات العربية القديمة في نظريات الاتصال.

ثانياً : نموذج باركر وويزمان G.Wiseman & Barker

يرى صاحبا هذا النموذج أن اي كائن حي يتأثر بمنبهات داخلية ومنبهات خارجية.

أما المنبهات الداخلية: فهي قد تكون فسيولوجية كالجوع والعطش وقد تكون سيكولوجية مثل القلق والتوتر والخوف...إلخ.

والمنبهات الخارجية : فهي كل ما يحيط بالإنسان في بيئته سواء أكانت هذه المنبهات ظاهرة علنية واضحة مثل ، رؤية صديق، حادث مروري...إلخ أم كانت هذه المنبهات خفية مستترة مثل الموسيقى التصويرية في الدراما التليفزيونية أو السينمائية، وهي ما يسميه ابن وهب (بيان الأشياء بذواتها)❖.

هذه المنبهات بأشكالها المختلفة يتلقاها الإنسان في شكل نبضات عصبية تنتقل إلى المخ (العقل) ثم يختار العقل من بينها ويفكر فيها ثم يتخذ قراراً بالاستجابة لبعض المنبهات وعدم الاستجابة للبعض الآخر .

ويرى باركر ووايزمان أن اتخاذ القرار بالاستجابة لمنبه ما دون الآخر يتطلب حدوث الآتي:

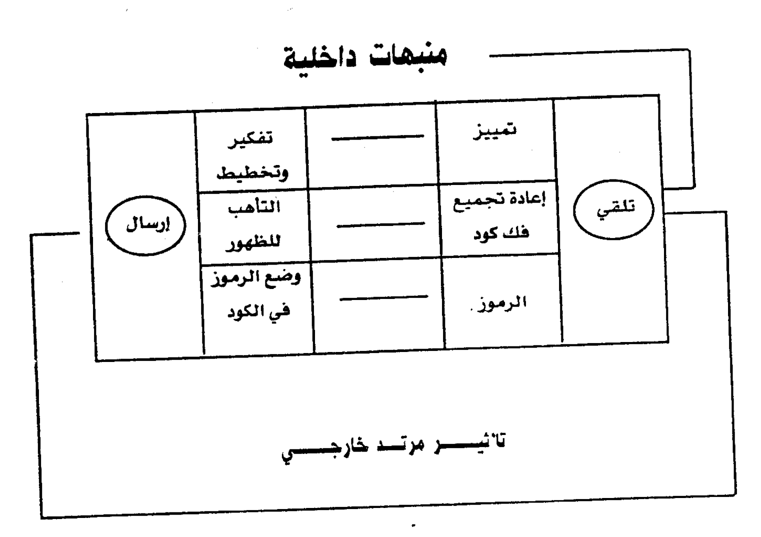
(١) عملية تمييز .
(٢) عملية إعادة تجميع المنبهات.
(٣) عملية ترتيب المنبهات في شكل خاص له معنى.
(٤) عملية فك رموز المنبهات.

هذه المراحل أساسية في عمليات التفاعل مع المنبهات وهي ضرورية يصبح للمنبهات معنى.

❖ راجع نظرية ابن وهب في الفصل الثامن.

ثم يشير صاحبا النموذج (باركر وويزمان) إلى عنصر هام في عملية الاتصال الذاتي وهو رجع الصدى أما ما يسمى بالتغذية المرتدة أو التأثير المرتد ويظهر شكل استماع الفرد لنفسه.

والتأثير المرتد الداخلي والخارجي يجعل الفرد قادراً على تصحيح رسائله أثناء العملية الاتصالية، ولهذا كان الطفل الذي يعاني من عدم القدرة على السمع تدريجياً يفقد القدرة على الكلام [٢٠]. لماذا ؟ لأنه لم يسمع نفسه حيث يصدر أصواتاً يطرب لها فيعيد تكرارها ثم يقلد أصوات الآخرين، فالاتصال الذاتي مهم في مرحلة الطفولة في النمو اللغوي.



شكل رقم (٣) نموذج باركر ووايز مان

ثالثاً : نموذج بولدنج Barnlund

يذكر بولدنج أن مدركاتنا عن أنفسنا وعن الآخرين وعن العالم متصلة بحيث أن التجربة في الحياة كلها تلتئم عند كل فرد، فكل تجربة جديدة تجد مكانها التصور الذي تكونه عن العالم وكل رسالة جديدة أيضاً تحتل مكانها المخصص بحيث تدعم التجربة وتؤيد التصور الأساسي الذي ذكرناه فأية تجربة جديدة يتم استقبالها وتفسيرها بطريقة من أربع طرق هي :

- إما أن تضيف إلى التصور الحالي الموجود معلومات جديدة.
- أو تدعم القصور الحالي.
- أو تحدث مراجعات طفيفة على هذا التصور.
- أو تؤدي إلى إعادة بناء التصور لدى الفرد لواقعه بشكل جيد (٢١).

وتنطبق هذه النظرية على الاتصال الذاتي في أن الفرد يقرر وفقاً للتصورات التي صنعها لنفسه ما سيفعله بالمدركات التي تأتي، وكيف يعطي تلك المدركات معنى ، وهو نفس قول الجاحظ بأن المعاني من صنع الإنسان وسوف نفصل هذا في الإشارة إلى نظرية الجاحظ.

رابعاً : نموذج صمويل بويس Samuel Bois

يركز صمويل بويس في نموذجه ليس على ما هو الإنسان، ولكن على ما يفعله الإنسان، ويوضح الشكل رقم (٤) أربعة مجالات أساسية للنشاط تتداخل مع بعضها في نفس الوقت داخل الإنسان هي :

- المجال الكهروكيمائي Electro-Chemical Sphere

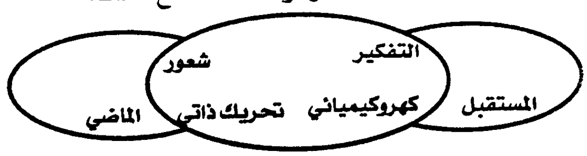
وهذا المجال ينطوي على كل ردود الفعل الكهربائية والكيمائية في الإنسان .

- المجال الذي يتحرك ذاتياً : Automatic Communication

ويتضمن هذا المجال المدركات الحسية والحركات الأتوماتيكية للأعضاء، والحركات العمدية الهادفة.

- الشعور Feeling
- التفكير Thinking

ويتضمن عميات مثل فك الكود والاتصالات مع الذات.



شكل رقم (٤) نموذج ساموبل بويس

ويذكر صمويل إن الإنسان لا يعيش في عزلة فهو محاط بظروف طبيعية تتفاعل مع بعضها بصفة مستمرة أو تتصل بأوجه النشاط الأربع المشار إليها كما يظهر في النموذج في الشكل رقم (٤) ، ويؤكد بويس أن الإنسان لا يعيش تماماً في الحاضر، لأن رد فعله الدلالي الحالي يتأثر بردود أفعاله السابقة كما يتأثر بنبوءاته عن المستقبل.

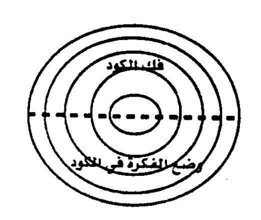
ونحن نرى أن هذا النموذج ليس نموذجاً للاتصال الذاتي، بقدر ما هو توضيح يمكننا استخدامه من شرح الاتصال الذاتي لأنه يصف الأسلوب الذي يدرك الفرد بمقتضاه الظروف المحيطة به ويتفاعل معها، وكيف يعطي الفرد لتجاربه معنى.

خامساً : نموذج بارنلند Barnlund

يختلف هذا النموذج عن كثير من النماذج التي وصفت عملية الاتصال وكأنها تسير في اتجاه واحد، فهذا النموذج يؤكد حقيقة أن الاتصال له طبيعة دائرية أي يسير في اتجاهين من المرسل إلى المتلقي، ومن المتلقي إلى المرسل ولم يقتصر هذا النموذج على الخصائص البنائية للاتصال أي على المكونات مثل المصدر والرسالة والوسيلة والمتلقى بل يهتم أيضاً بالعلاقات الوظيفية التي تحكم الجوانب التكوينية، وهو يؤكد ان الاتصال عملية، كما يركز على العلاقات الفعلية التي تدخل في ظاهرة الاتصال وهو لا يهتم كثيراً بخصائص المصدر والمتلقى كوحدات تصنع الدائرة الاتصالية، ولكنه يهتم أكثر بوظائف وضع الفكر في كود. وفك الكود والتجريد.

والاصطلاحات مثل وضع الفكر في كود، فك الكود تعتبر تحولاً هاماً في تناول الظواهر ، ولها أهمية كبيرة كما يرى بارنلند، فوضع الفكر في كود وفك الكود مثلاً يمكن جمعها في فرد واحد. وقد أكد (بارنلند) على همية الدلالات المتنوعة التي تصنع التأثيرات الداخية والخارجية، وأن المعنى في الاتصال يخلقه أو يصنعه القائمون بالاتصال حينما يستجيبون للدلالات المادية والسيكولوجية للقائمين الاخرين بالاتصال وذلك مع دلالات أخرى موجودة حددها في نموذجه شكل رقم (٥).

دلالات خاصة (+ صفر -) دلالات عامة (+ صفر -)



دلالات سلوكية غير لفظية (+ صفر -)

شكل رقم (٥) نموذج بارنلند

وهناك ثلاثة أنواع من العلاقات أو الدلالات الإدراكية وهي (٢٢).

١ - الدلالات العامة General Inference

ويمكن للفرد إدراكها مثل درجة حرارج المكتب، السبورة في الفصل والدلالات العامة سواء كانت شيئًا أو صوتًا أو حالة يجب أن تكون جزء من المجال الإدراكي عند كل الذين يتلقونها، ويجب أن تفرق بين نوعين من الدلالات العامة.

(أ) الدلالات الطبيعية : وهي التي يوفرها لنا العالم المادي بدون تدخل من قبل الإنسان وتتضمن الأحوال الجوية: كالحرارة والرطوبة والظواهر الطبيعية كالزوابع والدوامات.

(ب) الدلالات الخاصة Private Clues Inference : التي تنتج عن تعديل الإنسان للظروف المحيطة به وتأثيره عليها مثل تحويل الطين إلى طوب أو الخشب إلى أثاث.

٢ - الدلالات الخاصة :

مثل الإحساس بالألم أو الشعور بضيف الحذاء وهي متوافرة فقط للفرد الذي يدركها والدلالات العامة أوالخاصة قد تكون لفظية أو غير لفظية في شكلها، ولكن الخاصية الهامة المشتركة بينهما هي أن الدلالات حدثت، وأن المتلقين لها لا يستطيعون السيطرة عليها.

٣ - الدلالات السلوكية غير اللفظية Non-Verbal Behavioural Inference

ومن أمثلتها رؤية الفرد لنفسه في المرآة، تغيير صفحات الكتاب، التقاط مجلة، التحرك في الكرسي، وتختلف هذه الدلالات السلوكية غير اللفظية عن الدلالات العامة في أن الفرد يمكن أن يسيطر عليها.

والقيمة التي نعطيها لأي دلالة من الدلالات تعني قدرة الدلالة على معاونتنا على تفسير الظروف والمحيط بنا تظهر في شكل زائد (+) ، (صفر) ، (-) ناقص، وعلامة (+) تعني أن الدلالة تقوم بتدعيم التفسيرات السابقة أو الجيدة ، علامة (-) تعني أن الدلالة تناقض آرائنا أو أنماط سلوكنا، أما علامة (صفر) تعني أن الدلالة لا تؤدي أيا من هاتين الوظيفتين.

مراجع الفصل الثالث

(١) جيهان رشتي، مصدر سابق، ص ٩٣.

(٢) Wener J. Severin and James W.Tankard, op.cit.pp.188-193.

(٣) جامعة الملك سعود ، قسم الوسائل التعليمية، الاتصال والسلوك الإنساني، مرجع سابق ١٩٩١م.

(٤) حسن خير الدين، العلوم السلوكية، القاهرة، مكتبة عين شمس ، ١٩٩١، ص ٢٦١-٢٦٣.

(٥) Maccoby, N., and J.W. Farquher, Communicating for health:Unselling Heart disease, Journal of communication,25,1975,p114-126.

(٦) جيهان رشتي، مصدر سابق، ص٩٤-٩٥.

(٧) حسن علي محمد، الإعجاز الإعلامي في القرآن الكريم، القاهرة، دار الاعتصام، ١٩٩٤م.(٦، ٧).

(٨) ابن وهب، البرهان في وجوه البيان، بغداد، دائرة الشئون الثقافية، ص ٢٢، ٢٤.

(٩) نفس المصدر السابق.

(١٠) Maccoby, op. cit.,p.116.

(١١) مالك يوسف المطلبي، الزمن واللغة، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٦، ص١١.

(١٢) Berelson, Band G.A. Steiner, Human Behaviour. An Inventory of Scientific Findings, N.B.Y.,1964,p.50

(١٣) جيهان رشتي ، مصدر سابق، ص ١٠٣-١٠٤.

(١٤) ابن الأثير، المثل السائر، جـ١، صفحات ١١٥-٢١١.

(١٥) عبد الفتاح لاشين، صفاء الكلمة، الرياض، دار المريخ، ١٩٨٣م، ص٦٠.

(١٦) نفس المصدر السابق، ص ١١٥.

(١٧) جامعة الملك سعود ، الاتصال والسلوك الإنساني، مصدر سابق، ص٩٠.

(١٨) أبو عثمان، عمر الجاحظ، الحيوان، جـ٣، ص١٣١.

(١٩) عبد القاهر الجرجاني، دلائل الإعجاز، بيروت، دار المعرفة ، ١٩٧٨م، ص٦٠.

(٢٠) سعدية بهادر، محاضرات في علم نفس النمو، محاضرات غير منشورة لطلبة السنة الثانية ماجستير بمعهد الطفولة عام ١٩٨٧م.

(٢١) محمد عمر الطنوبي، نظريات الاتصال، الإسكندرية، دار المطبوعات الجديدة، ١٩٩٤م، ص٦٠-٦٥.

(٢٢) جامعة الملك سعود، الاتصال والسلوك الإنساني، مصدر سابق، ص ٦٥-٦٦.

الفصل الرابع

نماذج الاتصال المواجهي

Face to Face Communication

- تمهيد
- نموذج روس Ross
- نموذج ديفيد برلو David Berlo
- نموذج شانون وويفر Shannon and Weaver
- نموذج دي فلير Defleur

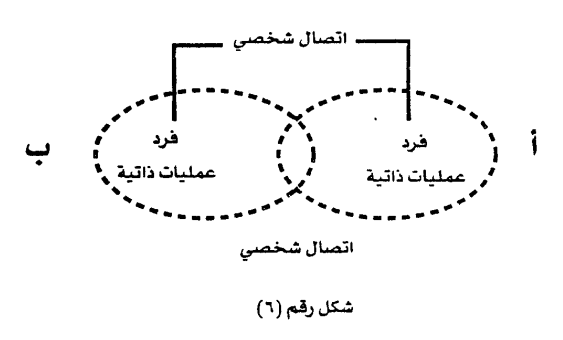
أولاً : نماذج الاتصال الشخصي

Personal Communication

مقدمة :

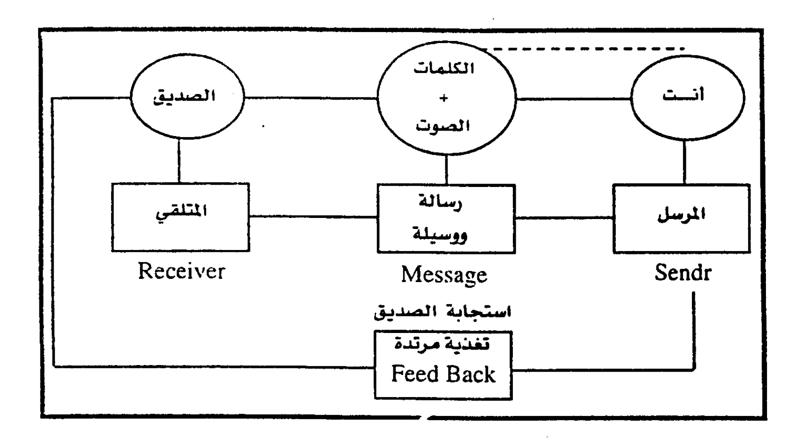
والاتصال الشخصي ببساطة هو تلك العملية التي نعيشها في الحياة اليومية حين نتحدث مع الآخرين من الأصدقاء أو الزملاء...إلخ. فنحن حين نتبادل التحيات ... ونتسامر ....إلخ. هذا اتصال شخصي.

وإذا كان الاتصال الذاتي عملية تتم داخل الفرد فإن الاتصال الشخصي عملية تتم خارج الفرد بحيث تكون بين فردين أو أكثر لكل منهما نظامه الاتصالي الذاتي، وهنا يتداخل الاتصال الذاتي مع الشخصي... فلولا إدراك الفرد للآخرين لما تم الاتصال والتفاعل معهم.



شكل رقم (٦)

فالشخص (أ) يقوم بعمليات متعددة من الاتصال الذاتي كي يتواصل مع الشخص (ب) الذي يقوم أيضاً بعمليات متعددة كي يدرك الشخص (أ) ويتواصل معه، إذن الاتصال وجهاً لوجه يسد الفجوة ما بين الملموس والمجرد ويضمن وصول الرسالة إلى المتلقي، ويجعل من الصعب على المتلقي الانتقاء أو عدم التعرض....



شكل رقم (٧) يوضح الاتصال بين فردين

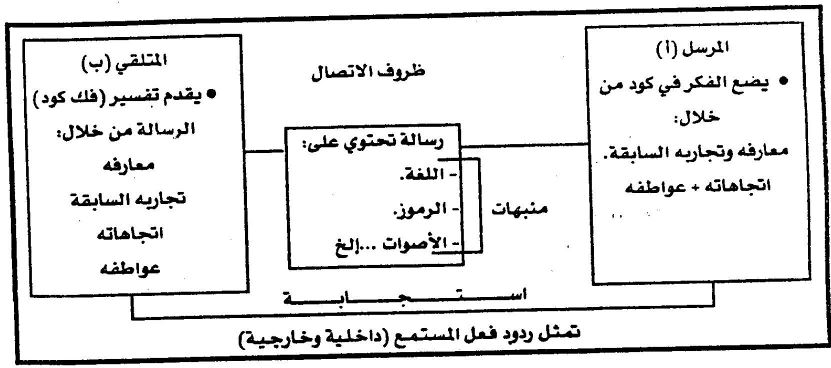
ولقد تعددت نماذج الاتصال الشخصي ولكل منها زاوية تطل منها على عملية الاتصال ، وسوف نتناول بعض النماذج بشيء من التوضيح:

نموذج روس Rose

يرتكز نموذج روس في تحليله لعناصر الاتصال على خمسة متغيرات يرى أنها ذات تأثير على الاتصال بين الأفراد وهي (١) :

١ - مرسل ٢ - مستقبل ٣ - رسالة ٤ - قناة ٥ - رجع الصدى

كما في الشكل التالي (١) :



شكل رقم (٨) نموذج الاتصال بين فردين

وحسب رؤية روس يقوم المرسل بوضع فكرة في (منبهات) تشمل المعلومات والأصوات والكلمات...إلخ. في شكل رسالة يوصلها إلى المتلقي (ب) فيستجيب المتلقي بتحويل هذه المنبهات إلى معان ودلالات تقترب من فكرة المرسل التي يريد توصيلها واستجابة المتلقي توفر رجع الصدى للمرسل فيواصل المرسل تواصله بالاستمرار في ررسالة أو تعديل بعضها أو تغيير محتواها أو التوقف كلية عن الاتصال(٢) .

ويهتم روس بظروف الاتصال أو المناخ العام الذي يحدث فيه الاتصال والذي قد يساعد على إتمام الاتصال بنجاح أو حدوث تشويش فيضعف الاتصال أو يفشل تماماً (٣) .

ويرى روس أن اختيار اللغة والكلمات، وطريقة ترتيب المعلومات، أو الطبقة الصوتية تشكل في مجملها مناخاً عاماً للاتصال فيجعلك تقبل على المرسل أو تعرض عنه... وهو نفس منظور عبد القاهر الجرجاني بنصه تقريباً في كتابه « دلائل الإعجاز»(٤) .

فإذا كان المتحدث دقيقاً يعرف كيف ينتقي كلماته، يحدثك بطبقة صوتية تلائم طبيعة المضمون بأفكار منظمة فإنه يشجعك على الاستمرار في التواصل معه (٥) .

أما إذا كان المتحدث لا يعرف كيف ينتقي ألفاظه .. ولا يعرف كيف يضع فكره في نسق منطقي منظم...، فإنه يصبح من الصعوبة الاستمرار في الاستماع إليه، ونعتقد أن موطن القوة في نموذج روس هو الركن الخاص بظروف الاتصال؛ وما يسميه بالمناخ العام للاتصال.

ولعل هذا الركن هو الشغل الشاغل لمعاهد وكليات الدعوة والإرشاد والمؤسسات الدينية التي تخرج دعاة يمشون بين الناس يمتلكون القدرة على مخاطبة الناس فرادى ومجتمعين.. تحت أي ظرف من الظروف ولعل البلاغيين قصدوا نفس المعنى حين جعلوا البلاغة هي مراعاة الكلام لمقتضى الحال سواء (٦) أكان الحال .. حال السامع أو حالة ظروف الاتصال به وحسب رؤية روس نرى أن مقتضى الحال هنا هو ظروف الاتصال وحتى تعريف البلاغة كما يرى عبد القاهر الجرجاني هي أن تبلغ ما تريد من نفس السامع من ترغيب وترهيب (٧)، فكانت البلاغة من بلوغ المرسل هدفه من عملية الاتصال وهنا يلتقى علم البلاغة العربية وعلم الإعلام.

تقييم النموذج :

حين يأتي روس بنموذجه هذا، فإنه في تقديري لم يأت بجديد فقد سبقه في هذا عبد القاهر الجرجاني والجاحظ وجميعهم جعل من مراعاة ظروف السامع ركناً أساسياً من أركان البلاغة، وجعلوا المتحدث (المرسل) الذي لا يضع في

حسبانه حال السامع (المتلقي) ليس بليغًا وحين يضع روس التجارب السابقة للمتلقي ومشاعره وعواطفه ضمن المناخ العام للاتصال الشخصي فإن علي بن أبي طالب سبقه بألف عام على الأقل حين وجه الدعاة بقوله: «خاطبوا الناس بما يفهمون... اتحبون أن يُكذَّب الله ورسوله...[1]»

*نموذج ديفيد برلو David Berlo
(S.M.C.R.)

الفكرة والمكونات : قدم برلو نموذجه عام ١٩٦٠م مركزًا على فكرة أساسية مؤداها أنه كي نتمكن من تحليل عملية الاتصال فلابد من فهم السلوك البشري من خلال فهم العوامل المؤثرة ف نجاح أو فشل الاتصال وهي تتكون من أربعة عناصر هي (٨) :

R Receiver المستقبل	C Channel القناة	M Massage الرسالة	S Source المصدر
- المهارات الاتصالية - الاتجاهات. - المعرفة - النظام الاجتماعي. - الثقافة.	- الرؤية. - السمع. - اللمس. - الشم. - التذوق	- المحتوى. - الصياغة.	- المهارات الاتصالية. - الاتجاهات. - المعرفة - النظام الاجتماعي. - الثقافة.

S.M.C.R.

شكل رقم (٩) نموذج برلو

وكما هو واضح في الشكل رقم (٩) فإن نموذج برلو يركز على العناصر العديدة التي تؤثر على الاتصال بين المصادر والمستقلبين مثل : مهاراتهم الاتصالية، اتجاهاتهم، ومعارفهم ، النظام الاجتماعي الذي يعيشون يه، بيئتهم الثقافية.

ويتبع برلو في نموذجه المنهج الأرسطي القائم على المفهوم الخطي للاتصال وأن للاتصال هدف هو التأثير في الناس ولهذا يجب على المصدر أن يحدد هدفه من الاتصالات أولا.

- ثم كي يحدد فاعلية الاتصال لابد من عدة شروط مرتبطة بكل مكون من مكونات الاتصال منها:

---

* من نماذج الاتصال المواجهي التي يمكن تطبيقها على المستويات الأخرى للاتصال.

أولاً: بالنسبة للمكون الأول في العملية الاتصالية...(المصدر)

يتوقف نجاح القائم بالاتصال إذا توافرت الشروط التالية :

- قدراته ومهارته الاتصالية (الكتابة / التحدث والخطابة/ القراءة والاستماع/ القدرة على التفكير / القدرة اللغوية)، وتسمى بمهرات الترمز وهي ضرورية للمرسل والمتلقي وهي مرتبطة بالقدرة على التعبيير والتفكير معاً.

- اتجاهاته نحو نفسه والآخرين ورسالته. ومناعته بنفسه وموضوع اتصالة وتقديره للآخرين وكلما كان الاتجاه إيجابياً كان الاتصال فعالاً.

- مستوى معرفته بالقضية موضوع الاتصال . ــــ التخصص العميق معطل / المعرفة السطحية معطلة

- النظام الاقتصادي الاجتماعي الثقافي الذي يتم في إطاره الاتصال ومركزه في هذا النظام والأدوار التي يؤديها والجماعات التي ينتمي إليها.

ثانياً: بالنسبة للمتلقي المكون الرئيسي الثاني:

نفس الشروط السابقة الخاصة بالقائم بالاتصال.

المهارات / الاتجاهات / مستوى المعرفة / الإطار الثقافي

ثالثاً: الرسالة:

- والرسالة هي الناتج المادي والفعلي للمصدر الذي يضع فكره في كود فنحن حين نتحدث فالحديث رسالة وحين نكتب المكتوب رسالة وحين نرسم ...إلخ.

- (١) كود الرسالة : هو مجموع الرموز التي إن وضعت في ترتيب معين يصبح لها معنى عند المتلقي أي هو اللغة.

(٢) مضمون الرسالة : هو مادة الرسالة التي اختارها المصدر للتعبير عنه وأهدافه ويشمل المعلومات والأفكار والعبارات ...إلخ.

(٣) طريقة معالجة الرسالة : وتشير إلى القرارات التي يتخذها المصدر بالنسبة للطريقة التي سوف يقدم بها الكود والمضمون... فقد يختار معلومة ويتجاهل أخرى وقد يستخدم الفصحى أو العامية...إلخ.

فطريقة المعالجة هي تلك القرارات التي يتخذها القائم بالاتصال في اختياراته وترتيب كود الرسالة ومضمونها..أما كيف تتحدد طريقة معالجة الرسالة فإنها تتوقف على :

شخصية المصدر / خصائصة الفردية / طريقة تفكيره ومعالجته لرسائله .

رابعاً : وسيلة الاتصال:

وفي حالة الاتصال الشخصي (بين فردين) قد يكون الجو هو الوسيلة التي تحمل الموجات الصوتية خلال الاتصال الشفهي، ويتوقف نجاح الاتصال على اختيار الوسيلة المناسبة للموقف الاتصالي واتفاق هذه الوسيلة مع خصائص المتلقي وقدراته على استخدام هذه الوسيلة.

تقييم النموذج :

١) اعتمد برلو على مهارات القائم بالاتصال والمتلقي معاً في نجاح الاتصال .

٢) ركز على عملية الترميز Coding لدى المرسل والمتلقي معاً واعتبر اللغة منبه أو مثير للمتلقي ، ولعله فتح الباب في هذا أمام علماء اللغة واللسانيات وعلم نفس اللغة.

٣) لم يهتم برجع الصدى ولم يضمنه في نموذجه، كما لم يهتم بالتشويش الذي قد يحول دون الاتصال الفعال الذي يدعو إليه إلى جانب اعتماده على فكرة الاتصال الخطي متبعاً النهج الأرسطي بينما الاتصال عملية دائرية لا تسير في خط باتجاه واحد.

٤) يبقى لدينا من هذا النموذج أنه - بحق - فتح أعيننا على الشروط التي أوردها لكل ركن من أركان الاتصال تجعل الاتصال فعالاً ومؤثراً وتقترب به من مفهوم العملية وهي إضافة جيدة ينبغي أن نذكرها لبرلو. وإن كان الجاحظ قد سبقه في الحديث عن مهارات القائم بالاتصال في كتابه «البيان والتبيين» وهو يعدد مواصفات الخطيب الناجح كما سبقه الكثير من علماء اللغة العربية في الاهتمام بعملية الترميز .

نموذج «نيوكومب Newcomb»

في عام ١٩٦١م طور عالم النفس «تيودور نيوكومب» نموذجاً للاتصال في كتابه «عملية التعارف» وكان هدفه من هذا النموذج هو أن يصف ما يحدث بين شخصين حدث تقارب بينهما (٩).

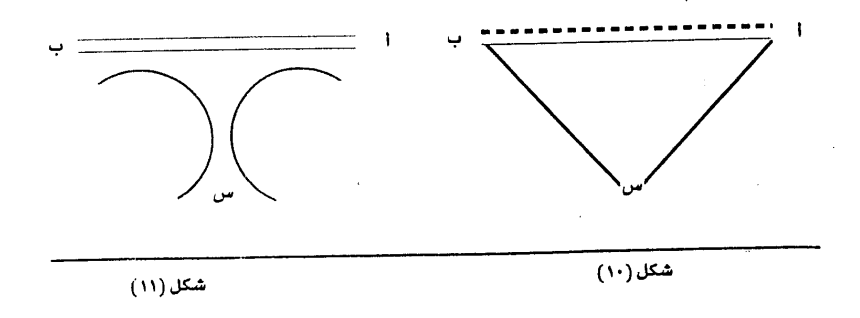
اعتمدت وجهة نظر «نيوكومب» على نظرية الاتساق أو التوازن التي تقول إن الناس يحتاجون للمحافظة على انسجام مشاعرهم ومعتقداتهم وسلوكهم (١٠).

وللتوضيح يمكن أن نعتبر أن شخصاً ما (أ) يكنْ اعتباراً إيجابياً للشخص (ب)، وشعوراً إيجابياً تجاه رسالة معينة أو شيء معين، وليكن مرشحاً سياسياً على سبيل المثال، وأن الشخص (أ) يعتقد أن الشخص (ب) يشاركه الفكرة نفسها عن المرشح السياسي. فإذا تناقشا حول المرشح واكتشف (أ) أن (ب) لا يشاركه الفكرة نفسها، فإن حالة من عدم التوازن ستحدث حسبما يرى «نيوكومب Newcomb» (١١) وفي مثل هذه الحالة فإن أداة تحقيق التوازن سوف تحتاج إلى واحد أو أكثر من التغيرات الخمسة التالية :

١) تغيير في شعور (أ) تجاه (س) كأن يقلل من مدى معارضته للشخص (ب).

٢) تغيير في إدراكه لشعور (ب).

٣) تقليل في مدى أهمية شعور (أ) تجاه (س).



شكل (١٠)

شكل (١١)

(٤) تغيير في قوة ودرجة إنجذاب (أ) إلى (ب)

(٥) إنقاص في درجة الصلة المشتركة الملاحظة (المدركة) والتي يعزوها (أ) إلى (س) لنفسه ولـ (ب).

وعلى هذا فإن إطار عمل «نيوكومب» يشير إلى أن الشخص (أ) في مثالنا هذا ربمايغير رأيه تجاه المرشح السياسي، أو يغير إدراكه لشعور (ب) تجاه المرشح، أو يقلل من اهتمامه بالموضوع، أو يغير من مدى انجذابه إلى (ب)، وربما يقلل من تقييمه الحالي للنظرة المشتركة بينه وبين (ب) في مثل هذه المواضيع.

يوضح الشكل (١٠) منظور «نيوكومب» لعملية الاتصال من و جهة نظر الشخص (أ)، يمكن تحليل الظروف نفسها والملابسات من و جهة نظر الشخص (ب) الذي يحتمل أن يمر بالمراحل ذاتها في الوقت نفسه تقريباً.

تقييم النموذج :

يلاحظ ان نموذج «نيوكومب Newcomb» اشتمل على إشارات إلى «الأشخاص» و«الرسائل» دون التفرقة الدقيقة بين «المصدر» و «المستقبل» ، وإن اختلفت طريقة «نيوكومب» عن الطرق السابقة في وصفها لعمليات الاتصال، من حيث تفسير ما يحدث داخل الأفراد بدل إرسال المعلومات بينهم، وساهم في الحركة التي تبتعد عن النظريات المتأثرة بالإرسال وحده.

نموذج شانون وويفر * Shannon and Weaver

يعد هذا النموذج من أوائل النماذج اللفظية المصورة التي ظهرت في هذا المجال (١٩٤٩) ويعتبر ثمرة لإسهامات علماء الهندسة والطبيعة والرياضات في تقديم نماذج في عملية الاتصال بين فردين ويتكون من سبعة عناصر مضيفاً إلى نموذج برلو ثلاث عناصر أخرى كالتالي (١٢) .

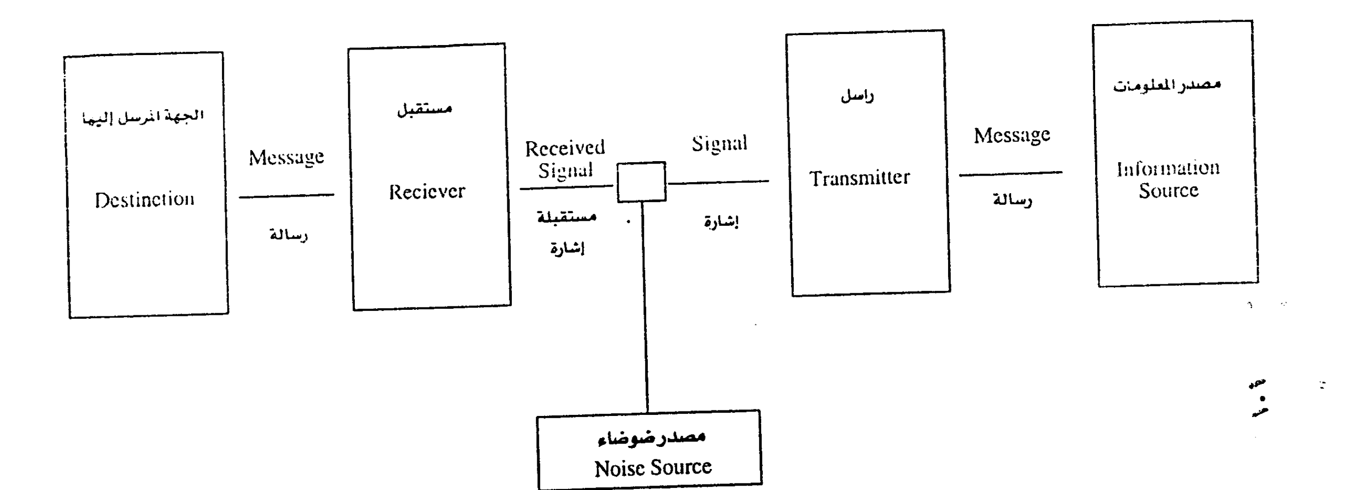
١ - المصدر
٢ - المرسل (نقال الرسالة)
٣ - الرسالة أو المحتوي
٤ - معالجة الرسالة
٥ - المستقبل
٦ - هدف الاتصال
٧ - التداخل أو الشوشرة.

في الحياة اليومية تحيط بالإنسان عشرات ومئات الرسائل فيقوم بالاختيار لما يجب أن يستجيب له كما يختار مصدر المعلومات رسالة محددة من بين مجموعة من الرسائل الممكنة والتي يرغب في إرسالها إلى هدف محدد، يحول المرسل هذه الرسالة إلى إشارة يتم نقلها بواسطة وسيلة اتصال معينة إلى المستقبل، كالاتصال من خلال خط تليفوني أو اتصال لاسلكي أو جهاز لنقل الصوت.

يمكن تشبيه المرسل بالميكروفون الذي يحول الموجات الصوتية المنبعثة من المصدر إلى موجات كهربائية تسرى في شكل إشارات في الأسلاك إلى سماعة المستقبل التي تحول الموجات الكهربائية مرة أخرى إلى موجات صوتيه يستطيع الهدف أن يلتقطها فنشاط المرسل في الموجات الكهربائية مرة أخرى إلى موجات صوتية يستطيع الهدف أن يلتقطه (١٣)... ، نشاط المرسل في هذه الحالة يشار إليه دائماً على انه Incoding اي وضع الرسالة في رموز معينة ونشاط المستقبل Decoding اي فك الرموز ومفهوم الضوضاء هو أحد العناصر الهامة التي اوضحها هذا النموذج (١٤).

---

* كلود شانون عالم الرياضيات الذي ادرك في الثلاثينات من القرن العشرين الكيفية التي يمكن التعبير بها عن المعلومات بشكل رقمي ثنائي وقدم لنا نظرية المعلومات التي ادت إلى عدد من المنجزات الهامة في الاتصال.



شكل (١٢) النموذج الرياضي «لشانون وويفر» يصف الاتصال كعملية خطية ذات طريق واحد سنة ١٩٤٩م

يبني شانون نموذجه من خلال خبرته في تعامل شركة Bell للتليفونات - على تساؤل رئيسي هو : كيف يمكن للمصدر أن يوصل رسالته إلى هدفه بأقل قدر من التحريف الناجم عن التشويش والذي قد تكون الوسيلة سبباً فيه.

مفاهيم أساسية في نموذج شانون:

أ - مفهوم التشويش:

هو ظهور اي شئ في الرسالة يخالف ما وضعه فيها القائم بالاتصال هذا المفهوم للتشويش الذي فطن إليه شانون ، هو نفس المعنى الذي قصده علماء الحديث في مصطلح الجرح والتعديل والذي أخذوا به في قبول أو رفض رواة أحاديث الرسول ﷺ. مع اختلاف الزمان ومع اختلاف موطن التشويش واختلاف المعاني والدلالات.

فما يسميه شانون (تشويش) في الرسالة يسميه علماء علم الحديث بفساد المتن ويسمون الشك في المصدر «جرح».

ويصفون المصدر المشكوك فيه مجروح ويمكن الرجوع الى علم مصطلح الحديث حيث فيه الزاد الكثير في هذا الجانب.

ب - مفهوم الانتروبي Entropy

هذا المصطلح مأخوذ من الفيزياء الرياضية ويعني عدم اليقين أو سوء التنظيم في نظام ما ويعني العشوائية في بناء الرسالة[١٥].

ويذكر شانون وويفر أن التداخل أو (الشوشرة) هو كل ما يعوق عملية الاتصال وقد ينشأ هذا التداخل من المرسل أو الرسالة أو المستقبل فتفقد عملية الاتصال شيئاً من المعلومات المتدفقة من المصدر إلى الهدف. وقد تنتج (الشوشرة) عن عدم ارتياح المستقبل نتيجة لأسباب مختلفة تتعلق به مما يعوقه عن فهم الرسالة وتعتبر تداخلاً.

وسوء الإضاءة بالنسبة للقارئ يعتبر تداخلاً لأنه لا يستطيع القراءة، وحدوث ضجة أثناء الاستماع الإذاعي، وأيضاً عدم الدقة في الكتابة الصحفية فإذا كان الرقم المراد نقله مثلاً عن ظاهرة معينة إلى المستقبل ٢٪ كنسبة توضح الزيادة السكانية فلو ذكرت الصحافة هذا الرقم على أنه ٢٠ ٪ فإن ذلك يعد شوشرة. لأنه يعطي للقارئ فكرة غير صحيحة عن حجم المشكلة والقائم بالاتصال عليه أن يدخل هذه الأخطاء جميعاً وغيرها من تحريف في الاعتبار كي ينقل الرسالة صحيحة وليست مشوشة.

ويطلق على نموذج شانون النموذج التليفوني لأنه يشرح الاتصال التليفوني بسهولة ويسر، حيث يخلق المصدر رسالة ينقلها عن طريق سماعة التليفون من خلال قناة «سلك تليفون وموجات صوتية» إلى (مستقبل التليفون) الذي يعيد خلق الرسالة حتى يتمكن شخص آخر «الهدف أو ا لغاية» من تلقيها.

ومن الواضح أن هذا الإطار الذي طوره شانون وويفر يغلب عليه الطابع الرياضي أو الميكانيكي إلا أنه يمكن استخدامه كنموذج للاتصال الإنساني.

يبقى أن نعرف أن شانون لم يتقيد بتصورات سابقة عن اللغة وركز اهتمامه كله في نموذجه على مشاكل الإرسال الفني في نظم الاتصال وهو الجديد في نموذجه.

الحشو أو التطويل أو الزيادة :

وتهتم نظرية المعلومات بدراسة العلاقة بين الحشو والفهم، وقد اكتشف بعض الباحثين الذين طبقوا نظرية المعلومات على اللغة الإنجليزية أن الإنجليزية بها الكثير جداً من الحشو أو الزيادة(١٦).

والحشو في لغة المهندسين يمنع نفاذ الضوضاء أو تشويش الاتصال ويتناقض هذا مع الإعلاميين الذين يرون أن الاختصار مفيد وإذا كان الأمر كذلك فإن علماء البلاغة يؤيدون علماء الإعلام حيث يقولون (البلاغة الإيجاز) ومع هذا فإن شانون يرى أنه كي نضمن وصول الرسالة دون نقصان يجب أن نطيل في

الشرح ونزيد في تكرار المعاني حتى يفهم المتلقي ولعل الجاحظ قد أدرك ضرورة التكرار حين سأله إعرابي : وقد كرر قوله أكثر من مرة، لماذا تكرر، فقال الجاحظ حتى يفهم غير الذكي، فقال الإعرابي ، إذن يكون الذكي قد ملَّ...!!

تقييم النموذج :

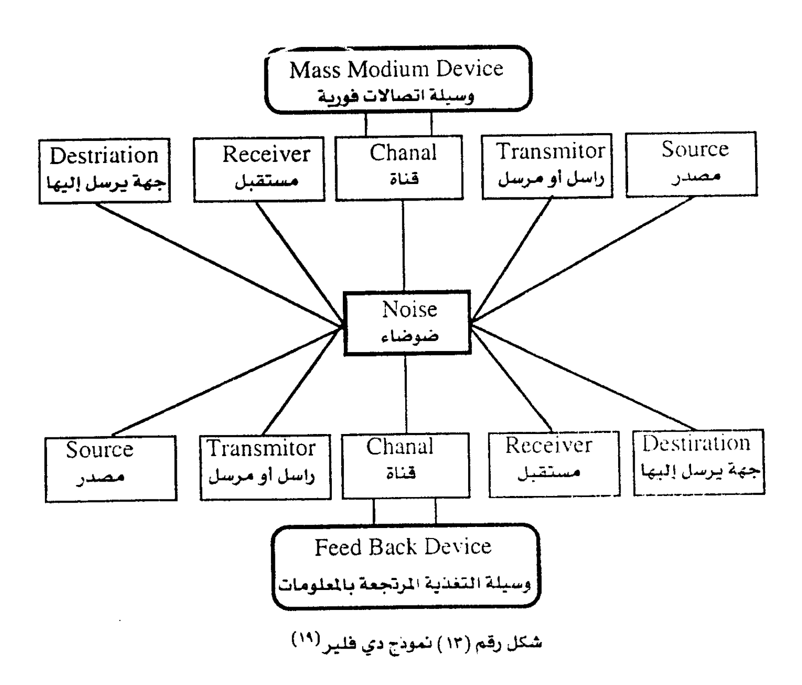
من عيوبه: أنه ينظر إلى الاتصال على أنه يسير في خط واحد ولا يركز على المفهوم الدائري للاتصال ، كما أن هذا النموذج وضعه شانون أساساً للجوانب الفنية للاتصال وليس للجوانب الدلالية فهو نموذج هندسي متخصص لتوضيح مشاكل الاتصال التليفوني..!!

نموذج دي فلير Defleur

قدم دي فلير نموذجه عام ١٩٦٦م وقام بنشره عام ١٩٧٠م ويعتبر [١٧] تطويراً لنموذج كل من «شانون» و «وويفر»، وقد اشتمل التطوير على :-

١ - الاهتمام بالمطابقة بين معنى الرسالة التي تنتج والرسالة المستقبلة.

٢ - إدخال عناصر جديدة تساعد وتوضح ديناميكية ودائرية العملية الاتصالية فأضاف إلى النموذج عنصر التغذية العكسية أو المرتجعة وكيفية التنقية للرسالة المستقبلة والمرسلة [١٨].



شكل رقم (١٣) نموذج دي فلير [١٩]

تقييم النموذج :

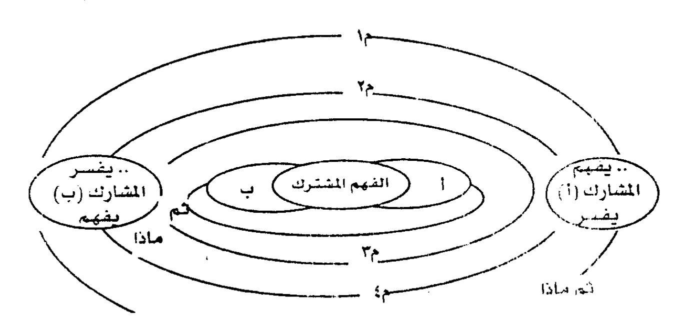
وعلى ضوء الشكل السابق يمكن القول بأن «دي فلير» Defleur أضاف مجموعة مكونات إلى أجزاء النموذج الأصلي «لشانون»، و«[illegible]» ليبين كيف يحصل المصدر على التغذية المرتجعة بالمعلومات. والتي تعطي المصدر بدورها إمكانية الملاءمة بفاعلية أكثر لطريقة توصيله الرسالة إلى الجهة التي ترسل إليها، وهذا يزيد من إمكانية تحقيق التطابق بين المعاني. ولهذا لا يسمى دنيس ماكويل نموذج دي فلير باسمه وانما يسميه تطوير دي فلير لنموذج شانون Defleuris Development كما هو موضح ص ١٣، من كتابه ([illegible]) المثبت في قائمة المراجع بنهاية الفصل.

نموذج «روجرز وكنكيد Rogers and Kincaid

(نموذج التلاقي)

استفاد هذا النموذج من نماذج ولبور شرام وبخاصة في عنصر الخبرة المشتركة وهو ما أسماه الباحثان بنموذج التلاقي .. ويعتبر نموذج «إيفيرت روجرز» و «لورانس كنكيد» من أحدث ما كتب في عملية الاتصال في القرن المنصرم وقد قدما هذا النموذج في كتابهما «شبكات الاتصال: نحو نموذج جديد للبحث» المنشور عام ١٩٨١م ولعل الجديد فيه هو تركيزهما على أهمية المعلومات والطريقة التي تربط الأفراد في شبكات اجتماعية.

وفي توضيحهما للكيفية التي تعمل بها عملية التلاقي ذكرا أن الاتصال يبدأ دائماً «وبعد ذلك [١٩]...» ليذكرنا بأن شيئًا ما قد حدث قبل أن نبدأ بملاحظة العملية، فالمشترك (أ) قد يفكر وقد لا يفكر في الماضي قبل أن يبدأ في المشاركة في المعلومات (م١) مع المشترك (ب) إذ عليه أن يدرك المعلومات التي قدمها (أ) ؛ ليعبر بها عن أفكاره قبل أن يتجاوب بأن يتقاسم المعلومات (م٢) مع (أ) . وبعد هذا فإن (أ) يفسر معلوماته الجديدة ، وربما يعبر عن نفسه ثانية بمعلومات إضافية (م٣) عن الموضوع نفسه، ويفسر (ب) هذه المعلومات ويستمران على هذه الحالة (م٤...م ن) إلى أن يقتنع أحدهما أو يقتنعا سويًا بأنهما قد وصلا إلى فهم مشترك وكاف عن الموضوع قيد البحث [٢٠].



شكل رقم (١٥) نموذج روجرز - كنكيد

تقييم النموذج :

اتضح أن نموذج التلاقي قد بين أن الاتصال هو إرسال واستقبال الرسائل بين فردين، يهدفان إلى فهم مشترك للموضوع. ورغم الاعتراف بدور العمليات التفسيرية التي تحدث بين الأفراد فإن نظرية «روجرز Rogers» و «كنكيد Kincaid» اكدت تبادل المعلومات والتشابك بينهما. وقد قدمت وجهة نظرهما الاتصال على أنه عملية متتابعة وليست حدثاً واحداً، ووجهة النظر هذه هي التي تؤكدها كل النماذج في السنوات الأخيرة.

مراجع الفصل الرابع

(١) جيهان رشتي، مصدر سابق ، ص ١٢٢، ص ١٢٣ وكذلك الطنوبي، مصدر سابق، ص ٧١.

(٢) أبو النجا محمد العمري، الاتصال في الخدمة الاجتماعية، القاهرة، دار المعرفة الجامعية، ١٩٨٦م.

(٣) جيهان رشتي، مصدر سابق، ص ١٢٣.

(٤) عبد القاهر الجرجاني ، دلائل الإعجاز في علم المعاني، بيروت، دار المعرفة، ١٩٧٨م، ص ٢٨، ٦٣.

(٥) الجاحظ، الحيوان ، جـ ٣، ص -١٣-١٣٣.

(٦) راجع في هذا الجرجاني ، مصدر سابق، ص ٦٣. الجاحظ ، مصدر سابق ، ص ١٣١.

(٧) الجرجاني، ص ٦٤.

(٨) Ernestt G.Bormann, Comunication Theory, Holt, Rinehert and Wenston, N.Y.1995, p.89.

(٩) جيهان رشتي ، مصدر سابق، ص ١٤٢ - ص ١٥٣.

(١٠) Newcomb, M., Theodor, The Acquaintance Process, Copy-right,1961,p.68.

(١١) Denis McQuial, Op.Cit., pp.14:16

(١٢) محمد علي العويني، نماذج ونظريات الإعلام الدولي ، مصدر سابق، ص ١١.

(١٣) جامعة الملك سعود، الاتصال والسلوك الإنساني، مصدر سابق، ص ٨٧، ٨٨.

(١٤) Danis McQuail.op.Cit.p.12.

(١٥) جيهان رشتي، مصدر سابق، ص ١٢٧.

(١٦) نفس المصدر السابق ، ص ١٣٩.

(١٧) Danis McQuail, op.Cit.p.13,14

(١٨) أبو النجا محمد العمري، الاتصال في الخدمة الاجتماعية، مصدر سابق، ص ٩٦. ٩٧ وراجع أيضاً، جيهان رشتي، مصدر سابق، ص١٢٣-١٣٠. وكذلك جامعة الملك سعود : الاتصال الإنساني، مصدر سابق ص ٦٩.

(١٩) يخلق فيها الأفراد معلومات متبادلة ليصلوا بذلك إلى فهم مشترك. وهذه العملية الدائرية تستدعى إعطاء معانٍ للمعلومات المتداولة بين اثنين أو أكثر من الأفراد أثناء تحركهم نحو التلاقي.. وهذا يدعو فردين أو أكثر إلى التحرك تجاه بعضهما وان يتخدا في رأي أو مصلحة مشتركة» .

(٢٠) Everett M.Rogers & Laurence Kincaid,(1981) Communication Net-works, London: free Press, a divigon of Macmellan co.,Inc.



الفصل الخامس
بعض نماذج الاتصال الجماهيري
Some of Mass Communication Models

- مقدمة
- الاتصال الجماهيري Mass Communication
- نماذج ولبور شرام Wilbur Schramm
- نموذج لازرزفيلد و كاتز Katz and Lazaresfeld
- نموذج وستلي وماكلين Westly and Maclean

مقدمـة :

شهد القرن المنصرم العديد من المبتكرات الجديدة في تكنولوجيا الاتصال ، كما شهد ظهور (العمل الإعلامي) كحرفة لها مؤسساتها وشركاتها وهيئاتها، وم تغب شمس هذا القرن حتى ظهرت تكنولوجيا أكثر حداثة كالحاسب الآلي والأقمار الصناعية والرقمية والألياف البصرية وأنظمة التوزيع المتعدد...

كل هذه الأشياء فرضت أوضاعاً جديدة على الاتصال بحيث أحدثت نقلة كبيرة، جعلت العملية الاتصالية في مستوى الاتصال الشخصي تختلف تماماً عن مستوى العمليةالاتصالية في مستوى الاتصال الجماهيري الذي يخاطب ملايين البشر في كل مكان.

بفضل هذه التكنولوجيا، زاد عدد الجمهور من بضع أفراد في جلسة عائلية إلى الملايين وبالتالي أصبح على القائم بالاتصال أن يكيف نفسه لمواجهة التغيير الذي طرأ على جمهور وسائل الاتصال الحديثة وبالتالي أصبح لابد من تغييرات في (المضمون) وزيادة في مهارات (القائم بالاتصال) ذلك لأن ثورة المعلومات، أضافت (للرسالة) قوة وانتشاراً وجعلت (الجمهور) غير متجانس. ثم جاءت الإنترنت التي عادت بنا إلى التجزأة وإلى الاتصال الشخصي عبر الكمبيوتر بشكل جديد عن ذلك الاتصال الشخصي الذي عالجه برلو وشانون وغيرهما.

ولقد واكبت البحوث الإعلامية هذه التطورات، وراح العلماء يطورون نماذجهم من مستوى الاتصال الذاتي إلى الشخصي إلى الجماهيري، آملين الوصول إلى نظرية للاتصال تشرح وتفسر .. تعين وتساعد .. تلقي الضوء على الوسائل مرة وعلى الرسائل مرات...!!.

مفهوم الجمهور Mass

يشير مصطلح Mass إلى مجموعة كبيرة من الناس من مختلف المهن والأدوار والمراكز الاجتماعية ، وكل فرد منهم مجهول الهوية لا يتفاعل مع الآخرين ولا يتبادل معهم المشورة (١) ... أي ان (الجمهور) في الاتصال الجماهيري ذرات منفصلة بعكس الاتصال الشخصي الذي قد يكون جمهوره من طبقة واحدة أو عمر واحد أو مهنة واحدة...إلخ.

المجتمع الجماهيري

منذ بداية القرن العشرين ، أدى تحول المناطق الزراعية إلى مدن ثم قيام الثورة الصناعية في أوروبا وتبعتها الولايات المتحدة الأمريكية.... أدى هذا إلى :-

- انكماش الحياة العائلية... فحلّت الأسرة الصغيرة محل الأسرة المركبة أو ما يسمى بالأسرة الممتدة.
- حلت مشاهدة التيفزيون محل الأحاديث العائلية، وحواديت الجدات.
- الشعور بالعزلة في أماكن العمل مع إمكانية الانتقال من عمل إلى آخر.
- ضعف الروابط الدينية والعرقية.
- تدني المشاركة في المؤسسات التطوعية الناتج عن نقص الحياة الجماعية بما يزيد من ضعف إحساس الفرد بهويته.

ومن هنا كان دور وسائل الإعلام - في المجتمع الجماهيري - تأمين هوية مركزية على أساس وطني للفرد المعزول أو الذي يشعر بالعزلة والذي يبحث عن الانتماء.

لقد نشأت الجماهير من مجتمع مفكك الأجزاء، ولهذا ركز الشيوعيون على هذا المصطلح وحاولوا مغازلة الجماهير والحشود، وكان الغوغاء أرضاً خصبة لنشر الأفكار الشيوعية حتى قال كارليل. (الجماهير أولاد الشيطان) (٢).

وفي القرآن الكريم نجد ان الأغلبية الغوغائية ليست على حق دائماً وفي اكثر من موضع يقول القرآن الكريم ﴿ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لا يَعْلَمُونَ﴾ و ﴿وَإِن تُطِعْ اكثر مَن فِي الأَرْضِ يُضِلُّوكَ...﴾

وإذا فإن الاتصال الجماهيري اعقد من الشخصي (فردي أو جماعات صغيرة) ذلك لأن (الجمهرة) ليس لها مجموعة منظمة من المشاعر أوالعادات او التقاليد... فالحشد مجرد تجمع لأفراد منفصلين ومتباعدين.

طبيعة الاتصال الجماهيري

قد يتبادر إلى الذهن – في البداية – تساؤل :

هل تختلف عملية الاتصال (الجماهيري) عن عملية الاتصال (الشخصي)؟

إن عناصر العملية واحد في أي مستوى من مستويات الاتصال ولكن ... الاتصال الجماهيري مركب... اكثر تعقيداً يخرج من دائرة الأحاد (في القائم بالاتصال) إلى الملايين (في الملتقى) .

- فالقائم بالاتصال : في الاتصال الشخصي يكون فرداً بينما في الجماهيري قد يكون مؤسسة أو منظمة كبيرة أو دار نشر ..إلخ.

كما أن عنصر رجع الصدى في الاتصال الشخصي فوري وظاهر ومؤثر، بينما في الاتصال الجماهيري لا يكون فورياً ويكون بسيطاً ولا يعبر بالضبط عن القبول أو الرفض ذلك لأن المؤسسات الكبرى تتعامل مع (كتل بشرية) لكنها ذرات منفصلة لا تعرف عنهم إلا القليل.

أيضاً بناء رسالة توجه إلى أفراد أسهل بكثير من تعميم رسالة توجه إلى الملايين من البشر لأن العلاقة في الحالة الأولى مباشرة والاتصال وجهاً لوجه ورجع الصدي سريع، بينما في الحالة الثانية العلاقة غير مباشرة، والاتصال عن بعد ورجع الصدى بطئ بسيط.

أما الوسيلة في الاتصال الجماهيري فإنه يمكن أن تجوب العالم كله كموجات الراديو والتليفزيون والبث الفضائي... ويتميز الاتصال الجماهيري بوفرة المعلومات إلى حد التخمة ، وقد كان التليفزيون سباقًا في هذا المضمار وعشنا ثورة الأنفوميديا مع دخول الإنترنت ورأينا شلالاً متدفقًا من المعلومات ليل نهار لم تألفه وسائل الاتصال من قبل ..!!.

لقد حدثت تحولات عظيمة في صناعة الإعلام في العالم كله فمثلاً:

خلال الحرب العالمية الثانية، لم يكن في الولايات المتحدة سوى ست محطات تبث ساعة أو ساعتين يوميًا إضافة إلى أجهزة استقبال تليفزيونية معدودة.

ولكن خلال ١٥ سنة كان ٩٠٪ من العائلات الأمريكية يملكون أجهزة تليفزيون، وخلال العقد التالي كانت معظم المناطق المتمدينة تملك ثلاث محطات ملحقة بالشبكة (تليفزيون عام وبضع محطات مستقلة).

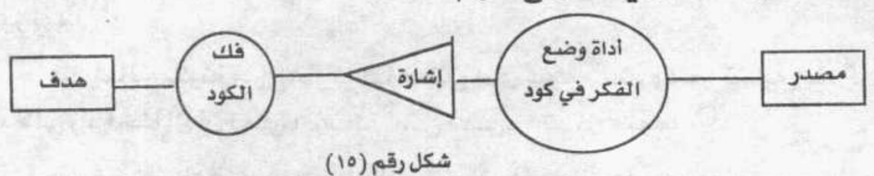
ومع ظهور التليفزيون الكابلي والأقمار الصناعية بدأت تشهد عصر الوفرة التليفزيونية ونتيجة لهذا أصبح اليوم معظم أجهزة الكابل تبث ٣٠ - ٧٥ قناة والجيل التالي لها تبث ١٥٠ قناة . إنه انفجار إعلامي لم تشهده البشرية من

نموذج ولبورشرام Wilbur Schramm

... في سنة ١٩٥٤م تحت عنوان:

«كيف يعمل الاتصال How communication works»، قدم فيه المرحلة الأولى من نموذجه في الاتصال الجماهيري ثم واصل تطويره مستخدماً العناصر الأساسية في نموذج (شانون وويفر) مثل رجع الصدى والتشويش وذلك في كتابه.
. The Process and Effecs of Mass Communication

المرحلة الأولي لنموذج شرام :



شكل رقم (١٥)

أول هذه النماذج التي قدمها شرام كانت ترتكز إلى نموذج شانون وويفر في الاتصال بين فردين يقول شرام :

«يمكن أن يكون (المصدر) في (الاتصال الجماهيري) فرداً «متحدث، كاتب، رسام..» ويمكن ان يكون ايضاً ، هيئة أو دار نشر أو محطة تليفزيونية أو استديو إنتاج سينمائي...[٣] »

وتكون (الرسالة) في شكل حبر على ورق أو موجات صوتية في الهواء أو ترددات في تيار كهربائي أو إشارة باليد ... إلخ. وهي نفس رؤية الجاحظ كما سنرى في هذا الكتاب (فصل الإسهامات العربية القديمة في نظريات الاتصال).

وقد يكون (الهدف) شخصاً يستمع ... يقرأ .....أو عضواً في جماعة أو مشاهد لكرة القدم، أو في مظاهرة أو مشاهد للتلفاز...إلخ [٤].

الاتصال عند شرام مجهود هادف يرمي إلى توفيرخلفية مشتركة بين طرفي الاتصال (المرسل/المستقبل).

المرحلة الثانية لنموذج شرام:

مجال الخبرة
الإشارة
مفسر لرموز
المصدر
محول لرموز
المصدر

شكل رقم (١٦) يوضح نموذج شرام

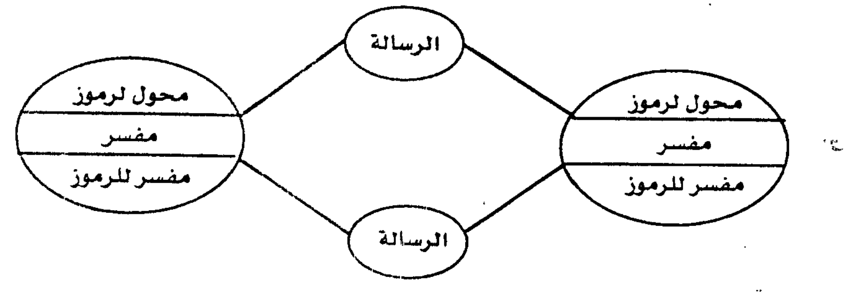
وفي النموذج الثاني نجد أنه أقرب إلى الاتصال بين فردين منه إلى نماذج الاتصال الجماهيري، حيث يقدم شرام فردين يتصلان ويتداخلان في مجال خبراتهما (٥).

فالرسالة مكونة من إشارات لها معنى لدى كلها مهما، وكلما تشابه إطارهما الدلالي زاد احتمال أن تعني الرسالة نفس الشيء عند كل منهما (٦).

ويلخص شرام في نموذجه الثاني إلى انه في حالة عدم وجود خبرة مشتركة ولغة مشتركة وخلفيات مشتركة وثقافة مشتركة فإن احتمال تفسير (الرسالة) بطريقة صحيحة يكون ضعيفاً ، وهو ما عناه الجاحظ في قوله : «لا تخاطب الأعرابي بلغة أهل الحواضر، ولا تخاطب أهل الحواضر بلغة وحشية... *»

المرحلة الثالثة :

ثم تتبع شرام نفس الطريق الذي سلكه شانون فاقترح أهمية التغذية المرتدة كوسيلة للقضاء على التشويش ويؤكد على دائرية الاتصال من خلال التغذية المرتدة بمعنى أن المستقبل يتحول إلى مرسل والمرسل إلى مستقبل وهكذا (٧).

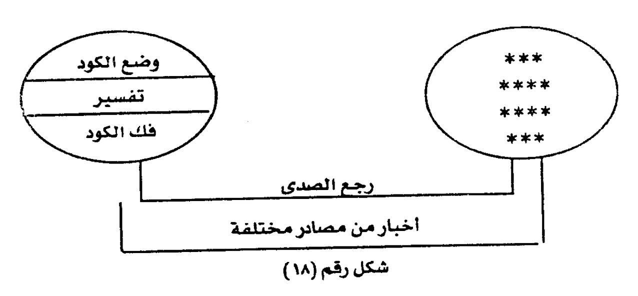


شكل رقم (١٧) يوضح المرحلة الثالثة من نموذج شرام

* راجع فصل الإسهامات العربية القديمة ي نظريات الاتصال

المرحلة الرابعة:

امتداد للنماذج السابقة حيث يركز شرام على دائرية الاتصال فكل مؤسسة إعلامية تعبر عن آرائها للآخرين ولنفسها ثم تترجم وتفسر في نفس الوقت آراء الآخرين والتجمعات. وفي النموذج الأخير تعني أن الاتصال نادراً ما يحدث ونحن في عزلة عن الآخرين.



شكل رقم (١٨)

تقييم النموذج

كانت رؤية «شرام» للاتصال أكثر دقة من كثير من مثيلاتها في هذه الفترة وأضافت عناصر جديدة في وصف العملية الاتصالية مثل اعتماده على المفهوم الدائري للاتصال بدلاً من المفهوم الخطي الذي ساد فترة طويلة.

فبالإضافة إلى تأكيد عناصر المصدر والرسالة والهدف في نماذج شرام، فإنها أوضحت أهمية عملية تكوين وفك الرموز، ودور الخبرة المشتركة بين المرسل والمتلقى وتجانس الإطار الدلالي ولا يغفل عنصر رجع الصدى.

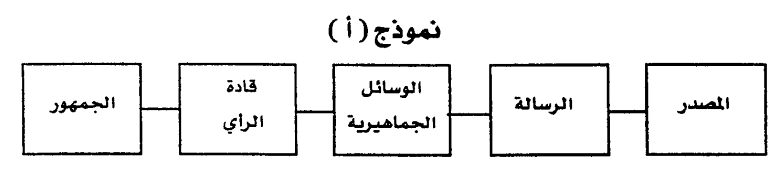
ويحسب لشرام أنه بنى نماذجه من حيث انتهى الآخرون حين جعل نموذج شانون بداية سلسلة نماذجه ، مما خلق تراكماً معرفياً في نماذج الإعلام نحن أحوج ما نكون إليه في علم حديث النشأة والتأصيل.

كذلك استفاد ولبورشرام من نموذج (لازويل) بعد إجراء التعديلات عليه مستعيناً في ذلك بنظرية المعلومات المستخدمة في الهندسة الكهربية التي تشكل صلب نموذج شانون وويفر (٨).

نموذج «كاترز ولازرسفيلد Katz and Lazarsfeld

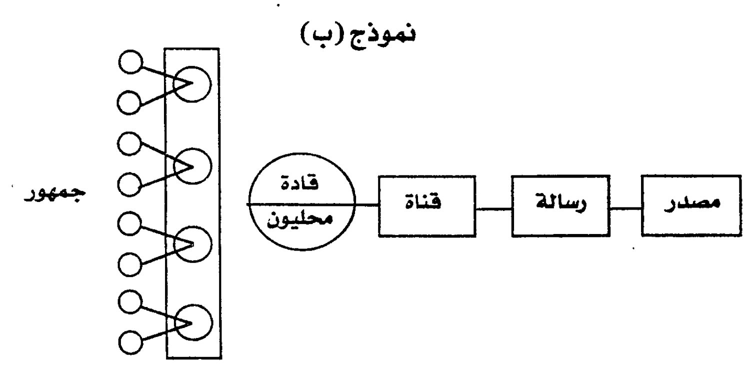
في عام ١٩٥٥م قدم عالما العلوم السياسية «الياهو كاتز» و «بول لازار سفلد» مفهومهما عن تدفق الاتصال على مرحلتين في كتابهما «التأثير الشخصي» وقد بنيا النموذج على بحث سابق وجدا فيه أن المعلومات المقدمة من الوسائل الجماهيرية لا تصل كما ينبغي، وقد أوضح بحثهما أن الرسائل السياسية المذاعة والمطبوعة تبدو ذات تأثير ثانوي عل قرار الناخبين في عملية التصويت، وقد وضعت هذه الرؤية نهاية لنظرية القذيفة السحرية ...!!

نموذج (أ)



شكل رقم (١٩) وجهة نظر كاتز والزرسفلد

نموذج (ب)



شكل رقم (٢٠) نموذج لارزرفيلد

في هذا النموذج يقوم المصدر بإرسال رسالته خلال قناة مناسبة إلى الجمهور من خلال أناس يمكن تسميتهم بالقادة، اي أن الاتصال يتم على مرحلتين وليس دفعة واحدة [٩].

ونتيجة للبحث عن سبب لعدم وجود هذا الأثر، فقد (كاتز ولازرسفيلد) الصلة بين الحركة الديناميكية الذاتية للإعلام ووسائل الاتصال الجماهيرية.

وخلال دراستهما اللاحقة وجدا أن الناخبين المترددين في اتخاذ قرار الترشيح يتأثرون عادة بمن حولهم من الناس، أكثر من تأثرهم بالمعلومات التي تقدم عن طريق وسائل الاتصال الجماهيرية، فالازواج يتأثرون ببعض، وكذلك أعضاء النادي الواحد والعمال بزملائهم والأطفال بوالديهم وهكذا.

اوضح بحثهما كذلك أن بعض الناس أكثر تأثيراً من غيرهم دائماً، وهذا الاكتشاف جعلهمايستنتجان أن «الأفكار دائماً تنساب من المذياع أو عن طريق المطبوعات إلى قادة الرأي ومنهم إلى من هم أقل نشاطاً من قطاعات السكان» في تدفق على مرحلتين [١٠] . انظر الشكل (١٩).

تقييم النموذج

إن الاتصال الجماهيري ليس دائماً يسير من المصدر إلى الجمهور على مرحلتين كما ذكر لازرفيلد لأن ذلك التصور قد يكون ناقصاًلأنه لا يمكن أن يتم الاتصال الجماهيري على مرحلتين فقط كما يرى صاحب النموذج فعلي سبيل المثال لو أراد المذيع من خلال الراديو أو التليفزيون أو أراد صحفي من خلال صحائفة أن يتصل بالمصريين البالغ عددهم حالياً أكثر من ٦٨ مليون نسمة لتوصيل رسالة هامة فإنه لا يمكنهم أن يتلقوا رسالته في وقت واحد أو على مرحلتين (من خلال آخرين) ولكن يتم السماع أو الاتصال على مراحل متعددة يتعذر على المرء معرفتها بل يستحيل تحديدها بدقة لارتباط ذلك بالبشر وطبائعهم المتنوعة.

كما أن الذين يتلقون الرسالة من المصدر ثم يبلغونها لباقي الجمهور كخطوة اتصالية تالية ونهائية كما ذكر لازرفيلد لا يجب تسميتهم بالقادة فالقادة لهم صفات معينة وسمات قد لا تنطبق على هؤلاء. والأصح من وجهة نظري تسميتهم مستمعي الصدفة، فهم عبارة عن الأفراد أو الجماعات التي تصادف

وجودهم أمام المذياع أو التليفزيون وقت إذاعة رسالة ما، أو هم الأفراد أو الجماعات المحظوظة التي تمكنت من شراء الصحيفة فعلمت بالرسالة قبل باقي الجمهور.

وخلاصة القول أن هؤلاء ليسوا قادة، بالمعنى المعروف وأن هؤلاء غالبًا ما يؤثرون سلبيًا في مضمون أو محتوى الرسالة سواء بالزيادة أو النقصان وذلك نتيجة لاتسامهم إما بالبساطة أو الأمية أو الفهم المحدود والثقافة المتدنية أو عدم فهم الهدف من الرسالة بوضوح.

غير أن نموذج لازرفيلد قد وجه اهتمام الكثير إلى قادة الراي في نشر الأفكار المستحدثة وجعل باحثًا مثل (ليرنر) يوجه بحوثه نحو دور الإعلام في التنمية ونجاحه حول قادة الراي في العالم الثالث.

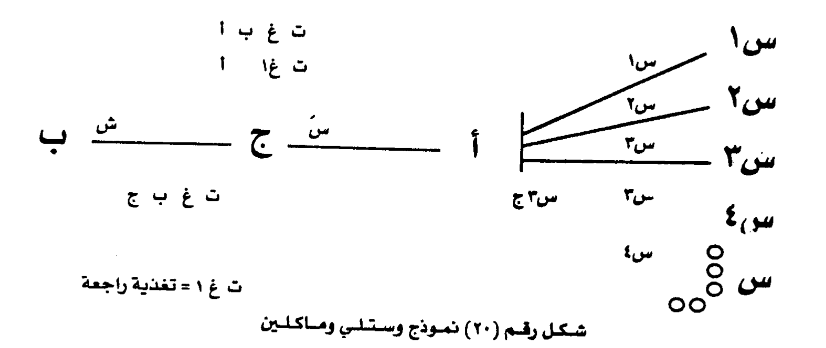
نموذج « وستلي وماكلين » Westly and Maclean

اختلف نموذجهما عن النماذج المألوفة السابقة، وذلك بأن اقترحا أن الاتصال لا يبدأ بمصدر بل بمجموعة من الإشارات أو الرسائل المحتملة. ففي رأي «وستلي» و «ماكلين» أن هناك عدداً كبيراً من الإشارات والرسالات المحتملة في بيئة القائم بالاتصال سمياها (سينات) في نموذجهما (١١) ، فالإشارات يمكن أن تكون (س) واحدة أو عدداً منها، مثل : السمع ، اللمس، والنظر (٣س) ❖

ويوضح النموذج أنه في حالة معينة تختار بعض هذه الإشارات العديدة (السينات) بواسطة الفرد نفسه وفي بيئته ، غير أنها تتصل لتكون رسالة جديدة (س١) كما تكون في قصة جديدة، أو إعلاناً أو خطبة على سبيل المثال فالشخص (أ) ينظر إليه كمرسل للرسالة الجديدة (س١) لشخص ثان (جـ) ، فإذا كان الشخص (جـ) حاضراً في الحالة التي أشار إليها (أ) فإن (جـ) ستكون له رسالة أيضاً بعض المعلومات الأساسية عن الموقف (س٣و س٤) ، وإذا ما رغب هذا الشخص، فإن (جـ) يمكن أن يسأل (أ) عن وصفه للحادث، وهذه الأسئلة يمكن أن تصنف كعملية تغذية راجعة ، ووضحت في النموذج (ت غ جـ ١) (انظر الشكل (١٨). (ت غ ١= تغذية راجعة).

وللتوضيح ، اعتبر أن (أ) مراسل صحفي شاهد حريقاً كبيراً، وكتب أو اخبر رئيس تحريره (جـ)، فإن (جـ) هذا يمكن أن يكتب ويختصر أو يغير الرسالة. واخيراً تنشر الرسالة المراجعة وتوزع للمستقبل (ب) الذي يمكن أن يكون مشتركاً في الجريدة أو المجلة. والشخص (ب) يمكن أن يقرر أن يرسل إلى (جـ) تغذية راجعة (ت غ) بأن يكتب خطاباً للمحرر على سبيل المثال. وقد يختار الشخص (ب) أن يمد (أ) بالتغذية الراجعة (ت غ أ) بأن يكتب مذكرة للمرسل الصحفي ينهئه على القصة [١٢].

❖ يتطابق نموذج وستلي وماكلين مع نظرية ابن وهب وبخاصة القسم الأول منها الذي يسميه بيان الأشياء بذواتها والذي يسميه الجاحظ البيان بالإشارة...



شكل رقم (٢٠) نموذج وستلي وماكلين

تقييم النموذج :

يعتبر نموذج «وستلي Westly - ماكلين Maclean» اكثر تعقيداً من النماذج السابقة ، وأدت مكوناته الكثيرة من الخطوط والأسهم إلى النظرة الجديدة إلى الاتصال الذي توسع في طرق رئيسه عديدة.. وقد تعرض النموذج للاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي والعلاقة بينهما، كما وسع مفهوم التغذية الراجعة، واقترح أن الاتصال بدأ برجل اتصال يستقبل رسائل بدلاً من أن يرسلها، كما قدم النموذج مفهوماً مخالفاً للرسائل أو الإشارات أكثر من النماذج الأخرى. (١٣).

كانت النماذج السابقة مهتمة بالرسائل الشفهية وغير الشفهية الهادفة ويرسلها مرسل ليحقق آثاراً محددة على المستقبل. وقد أوضح «وستلي - ماكلين» ضمنياً أن الرسائل ليست كلها مهمة لعملية الاتصال، ولا انها قد أرسلت عن قصد أو المرور، أو ملابس اشخص، أو حتى الصمت - كلها تعد رسائل مهمة للأشخاص الذين لهم علاقة بها.

وأخيراً فإن النموذج قد بين أن الرسائل تتحور أثناء نقلها من فرد إلى فرد آخر. فالرسالة التي بدأت في س١ ، س ٢ ، ص ٣ أو س ٣م في اتجاه انتقلت بالتالي إلى (ج) التي أرسلت إلى (ب) فإنها قد تحولت مرتين من الحدث الأصلي - (س) ، - (س) . وفي بعض النواحي يشبه مفهوم التدفق على مرحلتين إلي حد كبير الآراء السابقة عن الاتصال (١٤).

مراجع الفصل الخامس

(١) راسل نيومان، مستقبل الجمهور المتلقي، ترجمة : محمد جمول، دمشق، وزارة الثقافة ، ١٩٩٦م، ص ٤٥.٤٩.

(٢) أمين النبوي، مصدر سابق.

(٣) نويمان، مصدر سابق، ص ٦٩-٧٠.

(٤) جيهان رشتي، مصدر سابق، ص ١٨٣.

(٥) Wilbur Schramm, The Process and Effects of Mass Communication, Copyright, 1965 by University of Illinois Press,p.52.

(٦) Opcit,p.53.

(٧) Denis,op.cit.,p.31.

(٨) جيهان رشتي، مصدر سابق، ص ١٩٧.

(٩) عبد الغفار رشاد، دراسات في الاتصال بالقاهرة، نهضة الشرق ، ١٩٨٤، ص ٩٩.

(١٠) Cherles Wright, Functional Analysis in mass Communication, Public Opinion Quarterly,1960,Vl.24.p.615.

(١١) جيهان رشتي، مصدر سابق، ص ١٧٦، ١٧٧، وأيضاً ، الاتصال والسلوك الإنساني ، ص ٧٨.٧٩.

(١٢) جامعة الملك سعود، الاتصال والسلوك الإنساني ، ص ٨٠ -٨٠.

(١٣) Katz and Lazarsfeld, op.Cit.p.19

(١٤) أبو النجا محمد العمري، مرجع سابق، ص ٧٩ - -٨٠.

الفصل السادس

Normative Theories

النظريات المعيارية[1] للاتصال الجماهيري

- مقدمة.
- هل هي نظريات أم فلسفات أم نظم؟
- نظرية السلطة.
- النظرية السوفيتية.
- نظرية الحرية.
- نظرية المسئولية الاجتماعية.

---

(١) هي تلك النظريات التي تهدف إلى وضع معايير وقيم للسلوك الإنساني مستخدمة في ذلك المنهج الوصفي.

النظريات المعيارية في الاتصال الجماهيري

(هذه النظريات قامت على مجرد تصورات فكرية
ولم تقم على قوانين علمية)

مقدمة :

على الباحث في مجال النظريات المعيارية ان يدرس سمات المجتمع من النواحي الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والدينية والقانونية التي تحكم مختلف ظواهر مجتمعة، ويرى (ماكويل Mcquail) الا يوجد نموذج اتصال حقيقي تحكمه نظرية معيارية واحدة، كما أن الممارسة الفعلية لوسائل الإعلام الجماهيرية قد لا تعكس بالضرورة النظرية التي تتبناها الدولة [1]، وبالقاء نظرة على واقعنا الإعلامي في العالم العربي نجده خليطاً من هذه النظريات المعيارية...

«نظريات» الإعلام الأربع: هل هي نظريات ... أم فلسفات...أم نظم..؟

بالرجوع إلى المفاهيم التي قدمناها في الفصل الأول لهذه المصطلحات نجد أن تسمتها بـ (النظريات) يعد من قبيل التجاوز فهي ليست نظريات بالمعنى العلمي الدقيق لمفهوم (النظرية) ولكن جرى تسميتها لدي الكثير من علماء الإعلام على هذا النحو وهي من وجهة نظرنا أقرب إلى النظم الإعلامية ..

فالنظام الشيوعي ... اعتمد (نظرية) خاصة به لنظامه الإعلامي وسوف نعرضها تحت مسمى النظرية السوفيتية.

والنظام الليبرالي ... اعتمد (نظرية الحرية) لنظامه الإعلامي وسوف نستخدم مؤقتاً مصطلح (نظرية) للتعبير عن (نظريات) الإعلام الأربع حسب تقسيم سايبرت وحسب ما تواضع عليه أساتذة الإعلام في دراساتهم. .!.

صحيح أن هذه (النظريات) تستند إلى كتابات المفكرين والفلاسفة ولها مبادئ وأسس ولكن عند الممارسات تكون لصيقة وتابعة للنظام السياسي مما يجعلها أقرب إلى النظام منها إلى النظرية.

ولهذا فإن هذه (النظريات) - كما يقولون - أو (النظم) - كما نرى - بنت مجتمعاتها وهي في مجملها لا تعبر عن الفكرالعربي الإسلامي الذي ننتمي إليه

وإن كانت كل من نظريتي السلطة والمسئولية الاجتماعية قريبتين من الممارسات الإعلامية في الدول العربية والإسلامية.

أنواع النظريات المعيارية:

- اعتمد سايبرت «Sibert» على التصنيف الرباعي[٢] التالي:-

نظرية السلطة - نظرية الحرية - نظرية المسئولية الاجتماعية - النظرية السوفيتية.

وهناك من أضاف لهم نظريتين جديدتين هما :

نظرية الديمقراطية ، نظرية التنمية [٣].وثمة نظرية ثالثة تسمى بنظرية التبعية .

وهناك من يجعلها ثلاثة فقط مثل الباحث فؤاد بن حالة وجعلها مفاهيم إعلامية وليست نظريات [٤] على النحو التالي :-

(١) المفهوم الغربي. «الحرية المسئولية الاجتماعية»
(٢) المفهوم الماركسي. «السوفيتية»
(٣) المفهوم المطبق في العالم الثالث «السلطة».

- ويتفق محمد سيد محمد مع ابن حالة في نفس الرؤية [٥]:

(١) النظرية الليبرالية (الحرية + المسئولية الاجتماعية).
(٢) النظرية الشمولية (السلطة + السوفيتية).
(٣) النظرية المختلطة (تلك التي تجمع بين النظريتين السابقتين)

وسوف نعتمد في دراستنا التقسيم الرباعي لـ Sibert لأنه في تقديري الأكثر دقة ولأن نظريتي السلطة والسوفيتية لا يمكن دمجها كما رأى محمد سيد محمد لأن بينهما فروقًا كثيرة وكذلك نظريتي الحرية والمسئولية الاجتماعية لا يمكن دمجها وإن تشابها في بعض المقومات وبهذا سوف نسير في تقسيم النظريات المعيارية وفقًا لتقسيم لسايبرت.

أولاً : نظرية السلطة :

تمهيد :

وتعتمد هذه النظرية على فكرة تبعية وسائل الإعلام للسلطة وتعتمد على الحكومة التي تمارس كل أنواع الرقابة عليها والتي تقوم بتقييد حريتها من خلال التشريعات والقوانين ومواثيق الشرف (٦)..... إلخ.

وتتطلب - هذه النظرية - طاعة مطلقة للحاكم والالتزام الكامل بتعليمات الحكومة، ويشكل الخروج عن وجهة النظر الحكومية جريمة يعاقب عليها القانون❖.

ورغم أن هذه النظرية سادت في أوربا قبل ثورة الديمقراطية وأنها أول نظريات الإعلام الحديث ظهوراً، إلا أنها لا زالت تحكم نظماً إعلامية كثيرة في العالم العربي.

مفهوم السلطة :

في المعجم الوسيط، السلطة هي إطلاق السلطان والقدرة ويقال (سلطنة عليه) أي مكنه منه وحكمه فيه وتسلط عليه أي تحكم وتمكن وسيطر(٧).

وفي المحيط : السليط في (باب سَلُطَ) أي الشديد والسلطان الحجة (٨).

وفي معجم أكسفورد، السلطة تعني القوة والحق في إصدار الأوامر والتعليمات وإجبار الآخرين على الطاعة خوفاً من العقوبة(٩).

والسلطة سمة من سمات الأنظمة الشمولية التي تسعى إلى إحداث فجوة كبيرة بين الحاكم والمحكوم من خلال وسائل الاتصال الجماهيري بهدف استبدال

❖ تبدو هذه العلاقة بوضوح ي علاقة الصحف المصرية بالسلطة ويكفي أن نشير إلى بعض الصحف لتعرف نوع العلاقة مثل جريدة الشعب أو الصحف القومية أو الصحف الحزبية الضعيفة..إلخ.

- أورد رشاد كامل في كتابه «الصحافة والثورة .. ذكريات ومذكرات» في ص ٢٣ أن الرئيس عبد الناصر كان يراجع بنفسه المانشيتات في صحيفة الجمهورية قبل صدورها.

مشاعر الثقة بين الحاكم والمحكوم بمشاعر الرعب والخوف بهدف تحقيق استقرار سياسي مبنى على الخضوع والقهر.

وعلاقة الصحافة بالسلطة - في هذه النظرية لا تخرج عن واحد من ثلاثة.

- أما علاقة تنازع مثل صحف الأحزاب في مصر ومنها (الشعب/الأحرار/الأهالي)

- أوعلاقة تعاون مثل الصحف القومية كلها (الأهرام/أخبار اليوم/الجمهورية).

- أوعلاقة المقهور مثل علاقة السلطة بالإذاعة والتليفزيون.

التطور التاريخي لمفهوم السلطة:

ظهرت نظرية السلطة في أوربا بعد اختراع المطبعة، وبرز هذا الاتجاه خلال حكم أسرة (تيودر) ، وقد ارتكزت هذه النظرية على مذهب الحق الإلهي الذي اعتمد عليه الملوك في الحكم وتوارثه النبلاء، كما ارتكزت الكنيسة الرومانية التي تزايدت قوتها في العصور الوسطى على نفس نظرية الحق الإلهي، ولقد كانت الكنيسة وراء مذهب الحق الإلهي لحماية تجاوزاتها وللدخول في تحالف مع السلطة .

النظرية السلطوية في الإعلام:

يرى (جون مريل) النظم الإعلامية السلطوية بأنها تلك التي تفتقر إلى القدرة على تسيير أمورها من الناحية التحريرية ، والإدارية، والمالية دون دعم من السلطة (١٠).

في ظل هذه النظرية يجب أن تعمل وسائل الإعلام على خلق نوع من التجانس الفكري ورفض التعددية. على أن يتولى أمر إدارة وسائل الإعلام جماعة من أهل الثقة الذين يضمنون للحاكم عدم خروج وسائل الاتصال عن الشرعية، والشرعية هنا هي ما يراه الحاكم وفقاً لما يسنه من تشريعات تحميه وتحمي أصحاب المصالح...!!

كيف مارس الحكام الإعلام في ظل نظرية السلطة؟

يحصر الدكتور عبد اللطيف حمزة القيود التي فرضتها السلطة على وسائل الإعلام في الآتي (11):

(١) التراخيص Licenses

ويعني ضرورة حصول الطابع على ترخيص من جهة الإدارة وأول من وضع التراخيص الملك هنري الثامن الذي أوقف عدداً من الكتب التي هاجمته وهاجمت الكنيسة وكان ذلك بتوصية من الكنيسة ١٥٢٠م، وهو ما يدعم قولنا بأن هذه النظرية وليدة تحالف الكنيسة مع السلطة لحمايتهم من النقد، ويعتبر هذا القيد من أبسط القيود السلطوية التي يفرضها الحاكم فهو يمنح الرخصة لمن يطمئن إليه بحيث يتحول الناشر إلى خادم مطيع أو ساعي بريد للسلطة، فإذا ما فكّر في نقد السلطة أو الاستقلال برأيه يتم إلغاء رخصته.. كان هذا القيد مصدر تهديد دائم للناشرين والصحفيين وجعل العمل الصحفي حكراً على الفئات الموالية للحكومة، وفي مصر ليس سراً أن الرئيس عبد الناصر كان صاحب امتياز جريدة الجمهورية ليكون للثورة منبرها في الساحة الصحفية ولإيمان عبد الناصر بأهمية الإعلام في صناعة الراي العام.

(٢) **الرقابة** Censorship

وهي القيد الثاني على حرية التعبير في نظرية السلطة، وقد ظهرت الرقابة في القرن ١٦ في انجلترا حيث تعين السلطة رقيباً على الصحافة يقوم بمراجعة ما يكتب في الدين والسياسة ... قبل نشره، ثم بتطور المجتمع والإعلام فشل نظام الرقابة مع ظهور الأحزاب السياسية وانتشار الديمقراطية.

ويلاحظ أن الإجراءات التعسفية بدأت في أوربا وتلقاها عنها الحكام في العالم الثالث وهي من أسوأ ما قدمت أوربا للبشرية.

وفي هذا نذكر ملمحاً من ملامح التعسف في استخدام الرقابة يرويه رشاد

كامل في كتابه «الصحافة والثورة» ، حيث ذكر مقتطفات من خطاب صلاح سالم وزير الإرشاد«الإعلام حالياً» في مؤتمر شعبي عام ١٩٥٣ قوله في ص ٢٠، «اسمحوا لي وأنا وزير الإرشاد أن أعلن بقوة وحزم وباسم قيادتكم أن الرقابة على الصحف في مصر ستظل قوية بتّارة تضع سيفاً فوق كل رأس مخربة...»

(٣) القوانين:

صدر في انجلترا قانون إثارة الفتنة سنة ١٦٤٩م، وقانون القذف ، ثم قانون الخيانة وقد اقتدى المشرع المصري بهذا المسلك لضمان سيطرة الدولة على الإعلام فأصدر الرئيس عبد الناصر قانون تأميم الصحافة سنة ١٩٦٠م واستخدم الرئيس السادات قانون حماية القيم من العيب مع معارضة. كما لجأ الرئيس مبارك إلى استخدام قانون الطوارئ (الأحكام العرفية) في محاكمة صحفي جريدة الشعب والعربي والأهالي وأخيراً قانون الصحافة الذي أثار زوبعة انتهت بالعدول عنه ، وهي كلها قوانين تحول الصحفي إلى موظف علاقات عامة...!! ، وتغل يد الصحفي عن نقد الدولة أو في البحث عن الحقيقة... ولا زال العالم الثالث كله يعاني من القوانين التي تحول دون وصول الإعلام إلي الحقائق لنشرها..!!

(٤) المحاكمات:

انجلترا أول من استخدم المحاكمات في تطبيق قانون التحريض على الإطاحة بالعرش واعتبرت كل من يحاول العيب في الذات الملكية متهماً بهذه الجريمة التي وصلت عقوبتها إلى الإعدام.

وأخطر هذه المحاكمات التي يتهم فيها الإعلامي بالخيانة العظمى وقد حوكم مصطفى أمين بهذه التهمة أيام جمال عبد الناصر، وحوكم محمد حسنين هيكل بتهمة الإساءة لمصر ولرئيس مصر أمام المدعي الاشتراكي أيام السادات، وحوكم صحفيون أمام المحاكم العسكرية حالياً في عهد الرئيس مبارك، مثلاً مجدي حسين بتهمة السب والقذف في حق الدكتور يوسف والي نائب رئيس الوزراء ووزير الزراعة الحالي صحيح بعضهم دخل المنطقة المحظورة... اتهم بنشر الأسرار العسكرية، ولكن البعض الآخر كان القصد تخويفه بحيث يلتزم حدوداً

معينة وقد تحول هذا القيد إلى أداة ضبط للإيقاع في الساحة الصحفية.

(٥) القيود السلبية:

أ) الضرائب :

بحيث ترهق الحكومات المستبدة الصحف والمؤسسات الإعلامية بالضرائب بحيث قد تضطر هذه المؤسسات إلى التوقف عن العمل تحت وطأة الضرائب...(١١)، وهي سلاح غير مباشر يستخدم في إغلاق الصحف التي لا تنال رضا الحكومة.

ب) الدعم :

وتمارس الحكومة ضغوطاً إيجابية على الصحافة في مصر من خلال الدعم الذي تقدمه لصحف المعارضة والصحف القومية على السواء وإن كانت الصحف القومية في مصر أكثر استفادة من دعم الدولة من الصحف الحزبية ، وقد يكون هذا الدعم في أموال لسداد ديون المؤسسات الصحفية أو استيراد ماكينات معفاة من الجمارك أو استيراد أحبار وأوراق...إله..

جـ) المصادرة والمنع من التداول:

حيث تطبق الحكومة القانون على الصحف التي تخالف قواعد الرقابة وتنشر أخبار تمس الأمن العام أو تثير البلبلة بين الجماهير وهي عبارات مطاطة تستخدمها السلطة في أي وقت تريد.

الأنظمة الشمولية ونظرية السلطة:

ثمة تشابه بين الأنظمة الشمولية في تعاملها مع وسائل الإعلام وبين خصائص نظرية السلطة، وذلك لأن الأنظمة الشمولية تستند على دعامات قانونية تتجه إلى وضع وسائل الإعلام في يد المنظمات الشعبية وتميل إلى تفضيل المصلحة العامة على المصلحة الفردية (١٢).. وبالتالي لا توجد حرية فردية.

ويتفقان معاً النظام السلطوي والشمولي في تسخير وسائل الإعلام لمصالح النظام على أن الفارق بينهما أن الأنظمة الشمولية لا تسمح بالملكية الفردية لوسائل الإعلام بينما في الأنظمة السلطوية تسمح بالملكية الفردية تجمع نظرية السلطة بين الملكية العامة والخاصة. وفي إطار هذه النظريةلا يمكن

للصحافة أن تمارس دورها الرقابي (١٣).

وتتحول وظيفة الإعلام في النظامين السلطوي والشمولي من التفسير إلى التبرير.... تبرير أفعال الحاكم والحكومة وينفرد النظام السلطوي بأنه لا يطلب من المواطن الخضوع التام لأجهزة الدولة ويكتفي بعدم الاعتراض على نظام الحكم ورجاله.

كما تتجه الأنظمة السلطوية إلى تضيق الحوار في وسائل الإعلام ما أمكن لأنها تنظر إلى الجماهير نظرة استعلائية بينما في النظم الشمولية تتجه إلى توسيع الحوار الموجه بما يخدم الحكومة ويثبت دعائم الدولة.

النازية والفاشية من ثمار المذهب السلطوي:

أكدت الفاشية الأفكار السلطوية وترجمة سيادة الدولة على الفرد وحقها في مصادرة حريته، وحقها في تملك وسائل الإعلام وكذلك كانت النازية التي تزعم تقديم مصلح الدولة على ما عداها.

كما كانت النازية تؤمن بضرورة فرض الرقابة على الصحف، وقد سار على نهجهما كثير من الحكومات العسكرية في دول العالم الثالث.

وعلى الرغم من أن هذه النظرية قد تجاوزتها الدول المتقدمة ولم تعد تنظر إليها باحترام، فإن العالم العربي لا زال يدور في فلك هذه النظرية والعجيب حقاً أن النظم الملكية والجمهورية في العالم العربي تتفق في موقفها من الإعلام وفقاً لنظرية السلطة ولربما كان الشيء الوحيد الذي انفقت عليه الأنظمة هو السيطرة شبه الكاملة على الإعلام.. ولا يمكن أن نغفل أن ثمة دولاً عربية قد سمحت بقدر من الحرية للإعلام مثل لبنان وحرية جزئية محسوبة في مصر، ولكن في جميع الأحوال لا زال الإعلام العربي إعلام سلطة ولا زالت مهمة الصحفي أقرب إلى ساعي البريد رغم أنفه ..!!.

ثانياً : نظرية الحرية

مقدمة :

تأخذ هذه النظرية تسميتها من النظام الاقتصادي الحر، وتعتبر هذه النظرية الوعاء العقلي للإعلام الأمريكي والأوربي وكذلك اليابان، وقد نشأ مفهوم نظرية الحرية في رعاية الرأسمالية وفهمها للحرية.

وقد اجتذبت العديد من الباحثين مثل سميث، جون لوك، جون ميلتون، الذين رفعوا شعارات الحرية في أوجه الأنظمة الاستبدادية بحيث قامت كتاباتهم على احترام الحرية الفردية وحق الأفراد في التعبير عن آرائهم مع التأكيد على فكرة حقوق الإنسان وحرية التعبير وحرية الاعتقاد ...إلخ.

مفهوم الحرية :

في المعجم الوسيط، الحر خلاف العبد، وتحرير الكتاب تقويمه، ويقال حرره أي اعتقه وفلان حرية كان حر الأصل [١٤].

الحرية هي ذلك المذهب الفلسفي الداعي إلى منح الفرد كل الحقوق الواجبة له وللفرد حقوق الحرية في اتخاذ قراراته وحقه في الملكية، وهي نظام يؤمن بحرية السوق ويرفض تدخل الدولة واحتكارها لأدوات الإنتاج ويومن بالفرد ودوره في تطورالمجتمع[١٥].

ونظرية الحرية فلسفة تنبع من النظام الديمقراطي الذي يقوم على حكم الشعب بالشعب ولصالح الشعب[١٦].

والحرية في الشريعة الإسلامية، أصل عام يمتد إلى كل مجالات الحياة فليس هناك حرية من الحريات لا يعرفها، وليس هناك حرية تدعو إليها الحاجة مستقبلاً وتقف الشريعة عقبة في سبيل التمتع بها[١٧].

التطور التاريخي لنظرية الحرية:

كانت البذور الأولى لظهور هذه النظرية في أوروبا القرن ١٧ ثم تبلورت في القرن ١٨ الذي شهد وضع المفهوم السلطوي وفساد سلطة الكنيسة وسلطة الملك مع كثرة الحروب التي دمرت سلطة النبلاء، وظهرت كتابات (جون لوك)، و(جيفرسون).

تخلت نظرية الحرية عن العقائد الدينية واستندت إلى مبدأ القانون الطبيعي الذي اعتبر الحرية خاصية من خصائص الإنسان تثبت له بالميلاد وتلازمه مدى الحياة والحرية عقيدة تؤمن إيمانًا تامًا برشاد العقل البشري، وقدرته على حماية الفرد.

وإذا كانت نظرية السلطة ترتكز على القانون الإلهي فإن نظرية الحرية ترتكز على القانون الطبيعي، ويرى محمد سعد[١٨] أن حرية الصحافة هي حق الشعب بمختلف تياراته وجماعاته وطبقاته، في إصدار الصحف والحصول على الحقائق، والتعبير عن الآراء والأفكار ومراقبة مؤسسات الحكم وينصب مفهوم الحرية على :-

- حق إصدار الصحف.
- حق الحصول على الحقائق.
- حق التعبير عن الآراء.
- حق مراقبة السلطة.
- الالتزام بالقيمة الدينية والأخلاقية.
- خدمة المصالح العامة للمجتمع...إلخ.

مبادئ نظرية الحرية :

في ظل هذه النظرية تتمتع وسائل الإعلام بحريات متعددة منها:

- عدم تدخل الدولة في العمل الإعلامي.

- حرية الفرد في إنشاء وامتلاك المؤسسات الإعلامية.
- حرية العاملين في المؤسسات الإعلامية في قبول أو رفض العمل فيها أو الانتقال من مؤسة لأخرى.
- حرية الإعلامي في الحصول على المعلومات وحريته في النقد دون تجريح.
- نظرية الحرية ، تجعل من السلطة خادماً والإعلام سيداً، بنما نظرية السلطة تجعل الإعلام خادماً للسلطة.

كيف نمارس الإعلام في ظل هذه النظرية؟

وتمارس حرية الصحافة من خلال حق المعرفة وحق القول وحق المتهم في محاكمة عادلة، وحقه في النقاش الحر البناء، ومن هذه المعاني للحرية نجد أنها تضعف سلطة الدولة على الإعلام، ولهذا كانت نظرية الحرية رد فعل علي نظرية السلطة واستبداد الدولة وبالتالي رأت هذه النظرية أن الحرية حق - والى أبعد مدى.

وكان من نتيجة هذه النظرية انتشار موجة الإباحية في أوروبا، وظهور مشكلات الأطفال غير الشرعيين وانتشار صحافة الجنس والإثارة وظهور أفلام (بلوسكس).

لقد شاب نظرية الحرية في الإعلام ما شابها في الاقتصاد بحيث وقع الإعلام فريسة في قبضة الراسمالية من اليهود المستغلة دون اهتمام بخطر الاحتكار أو خطورة الانفلات دون ضوابط تحت زعم الحرية المطلقة...!!!

وظائف الإعلام في ظل نظرية الحرية وخصائصه:

أ - الوظائف :

الأخبار ، الترفيه، الإعلان، الرقابة على السلطة ونقدها ثم قدرته على التمويل الذاتي...

ب - الخصائص :

- لا توجد قيود مسبقة على النشر.
- لا توجد قيود على حرية الإصدار، فردي أو جماعي.
- مراقبة الحكومة.
- حق نشر التصحيح.
- حرية التداول لوسائل الإعلام.

ونظرية الحرية تعتمد على العقلانية ، وانطلاق العقل إلى أبعد الحدود ، دون قيود على الإطلاق...، ورغم ما في هذا القول من بريق...إلا أننا لانستريح إليه لأن العقل البشري له حدود...، وهنا مهمة الرسالات والأنبياء، ولو كان الإنسان بعقله يعرف كل شيء لما كانت هناك أديان، ولا كانت لنا حاجة إلى الأنبياء.

بهذا يمكن القول أن العقلانية على أوسع نطاق أمر ضد الطبيعة البشرية على اعتبار أن الإنسان بطبعه محدود الإدراك..!!

ثالثاً : النظرية السوفيتية

تمهيد :

أصبحت في ذمة التاريخ الآن، وأمست ماضياً يدرس في تاريخ النظريات، يسميها أصحابها بالنظرية الاشتراكية ، ويراها المدافعون عن الحريات صورة مكررة من نظرية السلطة. وقد ظهرت هذه النظرية عقب قيام الثورة البولشفية سنة ١٩١٧م، واستمدت أهم مبادئها من تعليمات ماركس ولينين وانجلز، ويتمثل الدور الرئيسي للصحافة - في ظلها - في التربية الفكرية والتعبئة السياسية لجميع فئات الشعب (١٩).

مفهوم الشيوعية :

إن الشيوعية مصطلح يصعب تحديد معناه وهي قديمة قدم المجتمع نفسه طالب بها الفلاحون في بريطانيا، فإذا بها تظهر في روسيا، وكان الظن أن تبدأ في الدول المتخلفة في إفريقيا...!!

وفي المعجم الوسيط : الشيع هو المشارك في شيء مشاع والجمع شيعاء والمشاع هو الشيوع والمشاع هو الشائع وعلى هذا فالشيوعية، هي مذهب إشاعة الملكية (٢٠).

وفي دائرة المعارف الأمريكية: الشيوعية حركة ثورية تهدف إلى القضاء على النظام الرأسمالي الحر وإلى السيطرة على وسائل الإنتاج وإعادة توزيع الثروة بين الجماهير (٢١).

هي نموذج اجتماعي قام على شيوع الملكية العامة ولا يعترف بغيرها، وهي ذلك النظام الذي يتسم بالحكم الشمولي الذي يسيطر على كافة أجهزة الدولة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية (٢٢).

أسس ومبادئ النظرية السوفيتية :

- لا يسمح في ظل النظرية الشيوعية بتملك الأفراد لوسائل الإعلام.

- تقوم على إغراء الصحفيين مادياً لضمان ولائهم.

- النظام الإعلامي السوفيتي اتسم بالانغلاق الشديد مكنه من فرض مذهبه على الجماهير.

- كما يتسم بالكذب والتلفيق ويراعى في نشر الأخبار أهميتها للنظام وليس للأفراد أو المجتمع.

- يتسم النظام الإعلامي الشيوعي بوجود عدة جهات رقابية تشمل عدة منظمات حكومية مثل جهاز (Qlavlit) يخضع لمجلس الوزراء ويقوم بالرقابة قبل النشر.

- كما يقوم (CKGB) لجنة المجتمع الإقليمي بالرقابة أيضاً بحيث تمنع المواد الإعلامية غير المرغوب فيها.

- خضوع وسائل الإعلام لسيطرة تجمع قوى الشع العاملة (البروليتاريا) وينوب عنها الحزب الشيوعي في إدارة إعلام الدولة.

- تلتزم الصحافة بفكرة إلغاء الطبقات في المجتمع.

- لا يسمح للصحافة بالحرية في القول لأنها تؤدي - في نظرهم - للفوضى.

- الصحافة ملتزمة باحتياجات الجماهير.

- تقوم بدور تبريري لسلوك الدولة مثل التحكم والسيطرة والرقابة والعقوبات على الصحف والصحفيين.

الفرق بين نظرية السلطة والنظرية السوفيتية:

يرى شرام أن النظام السوفيتي شهد قدراً من السيطرة والتحكم في وسائل الإعلام لم تشهد مثله السلطة في العصور الوسطى.

في ظل نظرية السلطة كان الإعلام ملكية خاصة ويتأثر بالسوق بينما ظل الشيوعية ملكية عامة ولا يتأثر بالسوق.

فلسفة الرقابة في المفهوم السوفيتي للاتصال:

تعتبر الرقابة مسئولية الحزب بالدرجة الأولى وليست مسئولية الحكومة وسلطة إدارة الرقابة للحزب هي السلطة الأعلى لأسباب أيدولوجية وبالتالي فإن الرقابة الحزبية هي من جوهر فلسفة الاتصال في النظام الشيوعي وبالتالي فهناك رقابة سابقة على النشر، ورقابة داخلية من خلال سلطة رئيس التحرير باعتباره مسئولاً أمام الحزب عما ينشر وأنه ملتزم تجاه حزبه وتجاه جمهوره وأنه قد يفقد الامتيازات الضخمة إذا ما رأى الحزب أنه لا يقوم بواجبه.*

والفارق بين الرؤية الشيوعية والفاشية أو النازية للإعلام هو أن رؤية الفاشية للإعلام لم تكن مشمولة باحترام للصحافة ، بنما في الرؤية الشيوعية... الصحافة جزء من النظام.

حرية الإعلام في المنظور الشيوعي:

يرون أن حرية الصحافة والإعلام خدعة رأسمالية لضمان سيطرة الرأسمالية على الحكم، بينما هي في الواقع حرية لهم كطبقة وليست للشعب.

- أن الحرية الحقه - من وجهة نظرهم - هي في النظام الشيوعي الذي يقضي على سيطرة رأس المال فيتمكن العمال من ممارسة حريتهم في التعبير عن أنفسهم.
- كي تتحقق الحرية لابد أن يسيطر الإنسان على قوى الإنتاج ولكي يسيطر لابد من تقدم صناعي وفني واقتصادي ...إلخ.
- ينص الدستور السوفيتي على حرية القول وحرية الصحافة ولكن العبرة بـ : كيف تمارس هذه الحرية؟
- تخضع الإذاعة والتليفزيون للمبدأ الشيوعي القاضي بتحريم الملكية الخاصة للمحطات الإذاعية ، وبه أخذ القانون المصري في الإعلام الإذاعي.

* لا زالت معظم البلاد العربية تسير على هذا النهج في الرقابة على الإعلام.

- يرفض قبول إعلانات كي لا تؤثر على حرية الإعلام...إلخ/رغم موافقتهم على إذاعة الإعلانات منذ ٢٠ سنة.

وقد ورثت مصر بعض القواعد والقوانين التي لا زالت عالقة بإدارة الإعلام المصري رغم انتهاء الاشتراكية كمذهب وانتقال مصر إلى الخصخصة وخلعها الرداء الاشتراكي منذ عام ١٩٧٧م.

وحتى الآن لا يمكن للأفراد في مصر إصدار صحف أو محطات إذاعية ورئيس التحرير في الصحف القومية يتمتع بمزايا ضخمة تجعله مطيعاً للدولة رقيباً على مرؤوسيه...!! وهي تركه اشتراكية اثقلت كاهل الإعلام المصري ونحن ندعو إلى إعادة النظر في التشريعات الإعلامية لشطب القوانين واللوائح التي وضعناها أيام الاشتراكية ولا زلنا نحاكم بها الصحفي أو الإذاعي أو أي صاحب قلم...!، لقد أصبح الفضاء مزدحماً بالإعلام الأجنبي، وقدمت الأقمار الصناعية للبشرية جهازها الإعلامي، وأصبح المواطن من خلال (الدش) يشاهد العشرات والمئات من القنوات التليفزيونية.

ورغم هذا لا زال القانون المصري يحظر على الأحزاب والأفراد حق ملكية محطات الإذاعة والتليفزيون .

رابعًا : نظرية المسئولية الاجتماعية

مقدمة :

إذا كانت نظريتا السلطة والحرية قد ظهرتا في انجلترا، فإن نظرية المسئولية الاجتماعية قد ظهرت في الولايات المتحدة عام ١٩٤٧م عقب تقرير هوتشينز.

وقد رأينا أن نظرية الحرية قد فشلت في تلبية احتياجات الفرد والمجتمع، كما سيطرت الرأسمالية على وسائل الإعلام في ظل نظرية الحرية وبالتالي حرمت الفئات الفقيرة من التعبير عن نفسها . كما فشل الاشتراكيون والشيوعيون في تحقيق جنتهم الموعودة وضاعت الشيوعية ومعها العسف والظلم.

وإذا كانت نظرية الحرية رد فعل لنظرية السلطة إن نظرية المسئولية الاجتماعية قد ظهرت للرد على نظرية الحرية والحد من جموحها وللرد على نظرية السلطة والحد من قيودها كما ظهرت في ظل مخترعات حديثة كالراديو والتليفزيون والسينما بعكس النظريات السابقة التي ظهرت إما في عصور قديمة أيام المخطوط أو ابدايات المطبوع أو ظهرت في ظل الصحافة المطبوعة ولم تكن المسموعة والمرئية قد ظهرت بعد.

مفهوم المسئولية:

المسئولية في معجم العلوم الاجتماعية هي تبعة أمر أضرّ بالغير [٢٣]، وللمسئولية شروط وموجبات ولها موانع ومخففات،.... وهي إما عقدية أو تقصيرية وأساسها الغالب هو خطأ ثابت..، أو مفترض...[٢٤].

والمسئولية الاجتماعية هي تلك التي تركز على الحقوق وارتباطها بالواجبات، والمسئولية الاجتماعية متبادلة بين الأفراد والجماعات وبين المجتمعات المحلية والمجتمع العام.

ويمكن تقسيم المسئولية إلى نوعين:

الأولى: مسئولية أدبية وهي التي تكون نتيجة الإخلال بواجب أدبي.

والثانية : مسئولية مادية وهي التي تترتب عن الإخلال بالالتزامات القانونية .

مفهوم نظرية المسئولية الاجتماعية للاتصال الجماهيري:

يرى سايبرت أن نظرية المسئولية الاجتماعية للاتصال هي عبارة عن تطوير وتهذيب وتنقية لنظرية الحرية [٢٤]، وهي محاولة لضبط جنوح الحرية المطلقة حتى لا تتحول إلى فوضى تضر بالمجتمع.

ونظرية المسئولية الاجتماعية حماية للحرية من الانزلاق في براثن الحرية المطلقة أو الرقابة المطلقة..

ويرى محمد سيد محمد، أن نظريتي الحرية والمسئولية الاجتماعية وجهان لعملة واحدة هي الليبرالية وكلاهما يقوم على الكتابات التي أشعلت الثورة الفرنسية، وأن النظريتين تتسمان بالطابع الفردي الذي يحول دون سيطرة الدولة على االإعلام [٢٥].

مراجع الفصل السابع

(١) Denis McQuail, Mass Communication Theories, An Introduction, Sage Publication, N.Y., London,1987,pp.110-113.

(٢) Fred-Sibert (et al), Four Theories of the Press,1956,pp.111-113.

(٣) Denis McQuail, Op. Cit.,P.113.

(٤) فؤاد بن حالة، الحرب الإذاعية، ترجمة : د. انشراح الشال، القاهرة، دار نهر النيل للطباعة، ص ٣٠-٣٣.

(٥) محمد سيد محمد، المسئولية الإعلامية في الإسلام، مرجع سابق، ص ٢١٦-٢١٧.

(٦) أيمن محمد النبوي غبور ، النظريات الوصفية ، لعلوم الاتصال الجماهيري والمجتمع الإسلامي المعاصر دكتوراه غير منشورة (جامعة الزقازيق، كلية الآداب) ، ١٩٩٦م، ص١٣.

(٧) المعجم الوسيط، ص ٤٤٥.

(٨) القاموس المحيط، ص ٥٩٤.

(٩) Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current Engish Oxford University Press.1980,p.52.

(١٠) أيمن غبور، مصدر سابق، ص ١٧.

(١١) عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه ومذاهبه، ط أولى ، ١٩٦٥م، القاهرة، دار الفكر العربي، ص ٩٣، وما بعدها.

(١٢) جيهان المكاوي ، حرية الفرد وحرية الصحافة، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨١، ص ١٥-١٦.

(١٣) محمد سعد إبراهيم، حرية الصحافة - دراسة في السياسة التشريعية وعلاقتها بالتطور الديمقراطي، ١٩٩٧م، ص ٥١.

(١٤) المعجم الوسيط، ص ١٦٥.

(١٥) أيمن النبوي غبور، مرجع سابق، ص ٣٩.

(١٦) سامي عزيز، الصحافة مسئولية وسلطة، المكتبة الصحفية، القاهرة، دار التعاون، ١٩٨١م، ص ٨١.

(١٧) محمد سعد إبراهيم، مرجع سابق، ص ٢٠.

(١٨) نفس المصدر السابق، ص ٢٧.

(١٩) عواطف عبد الرحمن ، قضاء التبعية الإعلامية والشفافية ، الكويت، عالم المعرفة، العدد : ٧٨، ١٩٨٤م ، ص ١٢٧.

(٢٠) المعجم الوسيط، ص ٥٠٦.

(٢١) Encyclopedia Americana,1986,p.435.

(٢٢) أيمن غبور مرجع سابق، ص ٦٢.

(٢٣) إبراهيم مدكور، معجم العلوم الاجتماعية، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٧٥م، ص٥٣٨.

(٢٤) Sibert.op.cit.

(٢٥) محمد سيد محمد، المسئولية الإعلامية في الإسلام ، مرجع سابق، ص ٢١٧.

الفصل السابع
بعض التطبيقات العربية لنظريات الإعلام الغربية

- نظرية مارشال ماكلوهان Marshall Mcluhan
- نظرية التقمص الوجداني Empothy Theory
- نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين
  Two Step Flow of Commounication
- نظرية وضع الأجندة Agenda Setting
- نظرية دوامة الصمت Silence Spural

مقدمة:

ثمة إشكالية نواجهها في هذا الفصل وهي ذلك الاتجاه الغالب لدى أساتذة الإعلام في توجيه طلاب الدراسات العليا نحو إجراء بحوثهم في إطار نظريات الإعلام المعاصرة التي أبدعها العقل الغربي بدعوى أن الدراسات الإعلامية العربية لا زالت في طور التكوين والبداية مرة، وبدعوى أن الغرب هو صاحب السبق في إنتاج واستخدام وسائل الاتصال الحديثة وأنه لديه الأدوات البحثية المتقدمة التي مكنته من إبداع هذه النظريات الإعلامية، وبالتالي يمكننا تطبيق نظرياتهم في دراسة واقعنا الإعلامي وتطويره.

ومن عجب أن يقرر أساتذة الإعلام أن الإعلام نتاج مجتمعه، ثم يضربون بهذا القول عرض الأفق حين يستوردون النظريات ليطبقوها في دراسات عربية على مجتمع عربي حتى إن (٩٠٪) من مجموع الدراسات الإعلامية العربية التي أجريت في الآونة الأخيرة تستند إلى نظريات التأثيرالغربية مثل نظرية تمثيل المعلومات، البناء المعرفي ، الغرس الثقافي ، وضع الأجندة ، بناء الأجندة، فجوة المعرفة، التعليم الاجتماعي التنشئة الاجتماعية، الاستخدامات والإشباعات ...إلخ.

نظرية مارشال ماكلوهان [1]

المتأمل لهذه النظرية يجد أن (ماكلوهان) ينظر إلى وسائل الإعلام من زاويتين:

الأولى: باعتبارها وسائل لنشر الترفيه والمعلومات والتعليم.

الثانية : باعتبارها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي .

- فإذا نظرنا إليها من الزاوية الأولى وجدناه يهتم أكثر بـ (مضمون) هذه الوسائل الإعلامية و (طريقة) استخدامها و (الهدف) من استخدامها ، وهذه الزاوية شغلت أذهان الباحثين العرب في العقد الأخير من القرن العشرين.
- أما إذا نظرنا إليها من الزواية الثانية ، فيجب أن نوجه اهتمامنا إلى (تأثيرات) هذه الوسائل بصرف النظر عن (المضمون) ، وأيضاً نوجه الاهتمام إلى نوع التكنولوجيا المستخدم في الوسيلة وقد شُغِلَ الباحثون العرب في السنوات القليلة الماضية بهذا الجانب وحتى الآن.

ويرى مارشال ماكلوهان أن تكنولوجيا الوسائل الإعلامية لا يمكن فصلها عن المضمون .... لماذا ؟ لأن الكيفية التي تعرض بها المؤسسات الإعلامية (المضمون) و(الجمهور) المستهدف يؤثر على (محتوى هذا المضمون) [2].

ويتأثر ماكلوهان بالرؤية الماركسية الخاصة بالحتمية الاقتصادية والحتمية التاريخية، حيث يرى أن المخترعات التكنولوجية سوف تؤثر تأثيراً أساسياً وعلى المجتمعات.

ويرى ماكلوهان أن طبيعة وسائل الإعلام التي يستخدمها مجتمع ما أو يجد نفسه مضطراً إلى استخدامها سوف تحدد طبيعة هذا المجتمع وطريقة معالجته لمشاكله فهو يرى أن الوسيلة امتداد للإنسان...

فالملابس والمساكن، امتداد للجهاز العصبي للإنسان.

والكاميرات ، امتداد للعين البشرية.

والميكروفونات ، امتداد للأذان.

والالات الحاسبة، امتداد للوعي الإنساني.

أي أنه يرى أن وسائل الإعلام ما هي إلا امتداد للحواس البشرية، ويفسر ماكلوهان التاريخ البشري وفقاً لرؤيته لوسائل الاتصال في كل مرحلة تاريخية...، حيث يرى أن التاريخ البشري هو تاريخ تطور وسائل الإعلام... ويعرض ماكلوهان أربع مراحل مرت بها وسائل الإعلام تعكس تطور التاريخ البشري.

١) المرحلة الشفوية (المرحلة القبلية)	اتصال شفهي.
٢) مرحلة الكتابة (نسخ المخطوطات)	اتصال سطري.
٣) مرحلة الطباعة (نسخ آلي)	اتصال سطري.
٤) مرحلة (الوسائل الإلكترونية)	اتصال شفهي .

وفقاً لنظرية ماكلوهان فإن البشرية تتقهقر حيث عادت بفعل الوسائل الألكترونية إلى الشفهية مرة أخرى.

ويرى ماكلوهان أن (طبيعة) وسائل الإعلام في كل مرحلة من المراحل السابقة تساعد على تشكيل المجتمع أكثر مما يساعد (مضمون) تلك الوسائل على هذا التشكيل، إلا أننا نرى (الشفهية) في المرحلة الأولى تختلف عن (الشفهية) في المرحلة الرابعة، الأولى كان الاتصال وجهاً لوجه بينما في الرابعة كان الاتصال غير مباشر ويخاطب الملايين، ثم عاد الاتصال السطري عبر الإنترنت مصحوباً بالصوت والصورة وهو ما أصاب هذه النظرية بضربة قاصمة.

(١) المرحلة الشفوية (الاتصال الشفهي)

كانت حاسة السمع في هذه المرحلة هي المسيطرة، ولذلك كان الشعر من أكبر أدوات التحضر، بحيث أصبح الشاعر أقرب إلى وكالة الأنباء وقصيدته أقرب إلى نشرة الأخبار التي تسجل أحداث القبيلة.

وكانت المعاني ذات المستويات المتعددة هي الطابع العام بحيث كانت هذه المعاني قريبة جداً من الواقع.

والاتصال الشفهي لا يعتمد في حفظ ما يُسْمع على (الكتابة) أو تسجيل

ما يسمعه الإنسان ، وإنما يعتمد على (الذاكرة) ، ولهذا كانت الذاكرة قوية جداً والصور الذهنية المصاحبة للأفكار مرتبطة بالصوت ... أي أنها صور ذهنية سمعية.

كانت الكلمة المنطوقة أكثر عاطفية من الكلمة المكتوبة، لأن طريقة تنغيم الكلمات تنقل مشاعر الفرح والحزن والخوف والطمأنينة...إلخ ولهذا كان رد فعل المتلقي القبلي يتسم بقدر كبير من العاطفة.

(٢) المرحلة الكتابية (الاتصال السطري - النسخ اليدوي والآلي)

إذا كانت حاسة السمع قد سيطرت على المرحلة الأولى حسب رأي ماكلوهان فإن حاسة البصر هي المسيطرة في المرحلة الطباعية، بحيث حلّت العين محل الأذن كوسيلة أساسية للحصول على المعلومات... وإذا كان مجتمع المرحلة الشفهية مجتمعاً قبلياً، فإن الاتصال السطري وظهور المطبعة قضيا على القبلية، وجعلت الإنسان ينحو نحو الفردية ومعاونته في التفكير بمفرده..!!

(٣) المرحلة الألكترونية : (عودة الاتصال الشفهي).

الجديد في عودة الإنسان إلى الاتصال الشفهي مرة أخرى هو التكنولوجيا المتمثلة في الأنماط الكهربية للاتصال مثل الراديو والتليفزيون والكمبيوتر أي أن هذه الوسائل تخاطب السمع والبصر معاً ولكنها لا تجرد الواقع كما كان في الاتصال الشفهي المباشر... وأبح على الإنسان توظيف أكثر من حاسة في تعامله مع وسائل الإعلام الحديثة.

ويرى ماكلوهان أن وسائل الإعلام الحديثة اختصرت المكان و حولت العالم إلى قرية عالمية أي أن الوسائل الجديدة رغم حداثتها فإنا تعود بالإنسان إلى مجتمع القرية والقبيلة وأن السرعة الكهربية لهذه الوسائل تجعلنا لا نستطيع النظر أو الرؤية بشكل كاف.

التطبيقات العربية :

طبق إبراهيم إمام هذه النظرية في دراسته «الإعلام الإسلامي» المرحلة الشفهية، كما اعتمد عليها باحثون كثير مثل منير حجاب والشنقيطي وعلي جريشة ، ومحي الدين عبد الحليم، وعبد الوهاب كحيل في دراساتهم في الإعلام الإسلامي بصفة خاصة.

تقييم النظرية :"

وفي تقديري أن عودة الاتصال الشفهي مرة أخرى لا تجعل من الإنسان قبليًا ولن يعود تاريخ البشرية إلى الوراء وأن ماكلوهان غير مصيب في رؤيته هذه لأن في المرحلة الأولى كان الاتصال الشفهي مباشراً بين أفراد، بينما الاتصال الشفهي حاليا غير مباشر ويتعامل مع ملايين.

صحيح أن الاستماع واحد - من حيث اعتماده على حاسة السمع - في المرحلة الأولى والثالثة ولكنه مختلف تماماً في (طريقةالاستماع) و (مضمون ما يسمع)... الأمر جد مختلف فلماذا يخلط ماكلوهان بين مرحلتين البون بينهما شاسع...!!

صحيح أن وسائل الإعلام الحديثة قد تشجع الأمية بحيث لم يعد الأمي يشعر بمشكلة في حصوله على المعلومات لأن الراديو والتليفزيون يتطوعان بتقديمها له فيسمع ويرى.

بينما في المرحلة الثانية مرحلة الاتصال السطري كانت الأمية تمثل مشكلة لصاحبها. . ولا شك أن العودة للاتصال الشفهي هو نتاج لطبيعة الوسائل الألكترونية الحديثة ولكنها عودة ليست متماثلة تماماً مع المرحلة الأولى كما يرى ماكلوهان..

في المرحلة الثالثة - وفقاً لنظرية (ماكلوهان) المتمثلة في العودة إلى الاتصال الشفهي قد جعلت الإنسان عاطفياً لأنه يعتمد على الكلمة المنطوقة المحملة بالعواطف وبالتالي يسهل التأثير عليه، ولكن الكلمة المنطوقة المحملة

بالعواطف حين تصدر عن شخص نعرفه ونثق به تختلف في تزثيرها حين تصدر عن أشخاص لا يربطنا بهم صلة قرابة أو جوار أو ذكريات معينة.

إن ماكلوهان يحذر من عودة البشرية إلى الشفاهية مرة أخرى والنزوع القبلي لتشابه اعتماد الإنسان، في المرحلة الأولى من تاريخه، على الأذن مع اعتماده في المرحلة الحالية على السمع والبصر من خلال الوسائل الألكترونية ولكننا نرى أن ماكلوهان لم يحالفه التوفيق في هذا فالشفاهية الأولى كانت بين أفراد ومجتمعات صغيرة أما الشفاهية الحالية فهي بين الملايين في مجتمع عالمي.

ولست في هذا أقلل من قيمة ما توصل إليه ماكلوهان ولكن يجب أن نضع في الاعتبار التطور التكنولوجي الذي غير من طبيعة وسائل الاتصال الجماهيرية وبخاصة مع دخول التليفزيون الويب Web TV، والراديو الرقمي وقبلها وفرت الأقمار الصناعية آلاف القنوات للمشاهدين وبالتالي انهار جزء من نظرية ماكلوهان وبخاصة ما يسمى بالقرية الكونية حيث عادت هذه الوسائط بالجمهور من الجماهيرية إلى التجزأة والتشرذم وهو ما يحتاج إلى وقفة طويلة مع هذه النظرية.

نظرية التقمص الوجداني

Empathy Theory

يرجع الفضل في كلمة التقمص الوجداني Empathy في الإنجليزية إلى تيودر ليبس Theador Lipps الذي سماها Fealing into .

والتقمص الوجداني ببساطة هو تلك القدرة على فهم الحالة الذهنية لشخص آخر، أو القدرة على أن يعيش المرء نفس الموقف الذي يرى الآخرين فيه ... تلك الحالة التي تعتريك وأنت تشاهد (البطل) على شاشة السينما أو التليفزيون في موقف تتمناه لنفسك فتتوحد معه أثناء المشاهدة...!

والتقمص الوجداني مهارة لدى علماءالنفس تعني القدرة على أن نتصور أنفسنا في ظروف الآخرين.

وتعرف الدكتورة جيهان رشتي، التقمص الوجدان بأنه تلك العملية التي نتوصل بمقتضاها إلى توقعات، عن الحالات السيكلوجية الداخلية للإنسان(٣).

كيف يحدث التقمص الوجداني ؟

يجيب عن هذا السؤال نظريتان في التقمص الوجداني ...(٤).

الأولى: نظرية الاستنتاج.

الثانية : نظرية أخذ الأدوار.

(١) نظرية الاستنتاج في التقمص الوجداني:

ترى هذه النظرية ان الإنسان يلاحظ سلوكه المادي مباشرة ويربط سلوكه رمزيًا بحالته النفسية الداخلية، وبالتالي يطور الفرد مفهومه عن ذاته بنفسه على أساس ملاحظاته وتفسيراته وبمفهوم الذات يتصل بالآخرين ويلاحظ سلوكهم المادي وعلى أساس تفسيراته السابقة لسلوكه وما ارتبط به من مشاعر وعواطف يخرج باستنتاجاته عن حالة الآخرين النفسية وفقًا لهذا الرأي فالمرء لديه معلومات عن نفسه في المقام الأول وعن الآخرين في الدرجة الثانية(٥).

فروض النظرية:

١- أن الإنسان لديه معلومات من الدرجة الأولى عن نفسه وأحاسيسه الداخلية ومعلومات من الدرجة الثانية عن احساس الآخرين.

٢- أن الآخرين يعبرون عن أحاسيسهم الداخلية بالقيام بنفس السلوك الذي نقدم به للتعبير عن مشاعرنا..

٣- لا نستطيع فهم مشاعر الآخرين مالم نحربها ❖.

نظرية الاستنتاج تفترض وجود مفهوم الذات...!!

بالنسبة للفرض الأول ترى الدكتورة جيهان رشتي أن فكرة الذات لا تسبق الاتصال بل تتطور من خلال الاتصال(٦).

وترفض الدكتورة جيهان قبول الفرض الثاني الذي تقوم عليه النظرية وترى أن أحد أسباب فشل الاتصال هو الاعتقاد بصحة هذا الفرض كما تشير إلى بعض الدلائل التي تشير إلى عدم صحة الفرض الثالث الذي يقول بأننا لانستطيع فهم المشاعر الداخلية للناس الآخرين مالم نجربها بأنفسنا (٧).

صحيح أن الإنسان يفهم بشكل أفضل الأشياء التي جربها ولكنه يمكن ان يفهم (جزئياً) بعض المشاعر التي لم يجربها.

وبصفة عامة فإن نظرية الاستنتاج في التقمص الوجداني لا يمكنها تفسير التقمص الوجداني بشكل معقول لقصور الفروض التي قامت عليها.

(٢) نظرية الأدوار في التقمص الوجداني(٨):

يدعي أصحاب هذه النظرية أن الأطفال حديثي الولادة لا يمكنهم التفرقة

❖ وكما يقول الشاعر أن الإنسان لا يفهم الحالة الداخلية للآخرين مالم يجرب بنفسه تلك الحالة (لا يعرف الشوق إلا من يكابده).

بين ذواتهم وذوات الآخرين... ولكي يطور الطفل فكرته عن ذاته، يجب أن ينظر إلى نفسه أولاً.

بمعنى آخر : فكرة الذات لا تسبق الاتصال بل تتطور من خلاله يبدأ الطفل حياته الاجتماعية مقلداً للكبار، الأم - الأخوات - الأب - ولكن ليس لديه تفسير لتلك الأعمال والأدوات التي يقلدها.

إن بداية نظرية أخذ الأدوار ترتكز على (التقليد) في مرحلة الطفولة المبكرة، فإذا بلغ الطفل عامين أو ثلاثة انطلق في تقمص دور الأم أو الأب في معاملاتهم معه وحين ينضج يقلد أدوار الآخرين.

وبعكس نظرية الاستنتاج التي تفترض وجود مفهوم الذات ليحدد التقمص الوجداني، نجد أن نظرية أخذ الأدوار ترى أن مفهوم الذات لا يحدد التقمص الوجداني وترى أن الاتصال يؤدي إلى مفهوم الذات وأن أخذ الأدوار يسمح بالتقمص الوجداني ويلاحظ أن نظريتي التقمص الوجدان تعطيان أهمية لدور اللغة والرموز في عملية تقدير مفهوم الذات والتقمص الوجداني(٩).

والسؤال .... هل التقمص الوجداني ... نظرية بالمعنى العلمي لكلمة نظرية ..؟؟

إنني أرى إسرافاً في استخدام كلمة نظرية عند الحديث عن وجهات نظر تحتمل الصواب والخطأ وأن ما يطرح في هذا الشأن لا يزيد في أحسن الأحوال عن اعتباره من النماذج ولا يرقى في تقديري إلى مستوى النظرية.

نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين
The Two Step Flow of Communication

تعني هذه النظرية بدور الاتصال المواجهي الذي ينتقل من فرد إلى آخر في التأثير ونشر الأفكار والمعلومات...

وتعتبر هذه النظرية محصلة لكتابات فريق من العلماء منهم الياهو كاتز Elihu Katz ، وبيرلسون Berelson ، ولازرسفيلد Lazarsfeld ، وبيرنارد Bernard ، ومرتون Merton وهي وليدة فترة الأربعينات فقد نشر بيرلسون وآخرون كتابهم اختيار الشعب عام ١٩٤٨م [١٠] ونشر كاتزمقالته عام ١٩٥٧م كما أجرى ديكاتور دراسته في عام ١٩٤٥-١٩٤٦م.

فروض النظرية :من خلال الدراسة التي قدمها لازرسفيلد وآخرون بعنوان اختيار الشعب تم وضع فروض أساسية مؤداها:

- أن سير المعلومات (المضمون الإعلامي) قد لا يكون مباشراً من الوسائل الإعلامية إلى الجمهور العام.
- أن تأثير وسائل الإعلام يصل إلى قادة الرأي أولاً ثم يقومون بنقل ما سمعوه إلى الآخرين.

ونقطة البداية في هذه (النظرية) كانت في تلك الدراسة التي أجراها لازرسفيلد وآخرون في مقاطعة(إير) بولاية (أوهايو) الأمريكية[١١] حول الحملة الانتخابية عام ١٩٤٠م والتي أسفرت عن أهمية الاتصال الشخصي في التأثير على الأفراد وأنه أكثر فعالية من وسائل الإعلام الجماهيرية في التأثير على قرارات الناخبين كما أسفرت هذه الدراسة عن وجود نوع من الجمهور أكثرتعرضاً للإعلام وأكثر حركة وقبولاً لدى الناس...

هؤلاء بنى من أجلهم الفرض الثاني للنظرية تحت مسمى (قادة الرأي) والذين تفترض النظرية أنهم موجودون في كل مستوى من مستويات المجتمع.

وتمثل دراسة (ديكاتور) خطوة ثالثة في نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين حيث ركزت على الأهمية النسبية للاتصال الشخصي ثم دراسة القائد والتابع معاً.

وقد أكدت دراسة (ديكاتور) على أن قادة الرأي يتعرضون أكثر لوسائل الإعلام، كما أفادت الدراسات التي أجريت في هذا الشأن وجود تماثل بين قادة الرأي والتابعين لهم فهم ينتمون إلى نفس الجماعات الأولية كالعائلة والأصدقاء وزملاء العمل.

ويوضح رايت Wright أن قادة الرأي ليسوا بالضرورة القيادات الرسمية في المجتمع أو من يحتلون مراكز تضفي عليهم هيبة اجتماعية معينة، وإنما كل طبقة في المجتمع لديها قادة الرأي الخاصة بها.

ويوضح روجرز Rogers وشوماكر Shoemaker أن قادة الرأي لديهم تعرضاً أكبر لوسائل الإعلام واتصالاً أكبر بمسئولي التغير ،ومكانة اجتماعية أعلى ، وهم أكثر انفتاحاً على العالم الخارجي، ولهم مشاركات اجتماعية أكبر من أتباعهم..(١٢).

التطبيقات العربية :

وقد أجريت العديد من البحوث في هذا المجال وفقاً لهذه النظرية منها : دراسة محمود عودة «الاتصال والتغيير الاجتماعي» وشاهيناز طلعت « الاتصال والتنمية الاجتماعية» ، وعبد الفتاح عبد النبي ، «المؤثرون » وغيرهم كثير.

ورغم اختلاف ظروف المجتمعين (العربي والغربي) إلا أنهم اعتمدوا في تطبيق هذه النظريات على أن الإنسان هو الإنسان بخصائصه النفسية والعقلية والبيولوجية... لا شك في هذا ، إنما الاختلاف ينبع من الجوانب السيسولوجية واختلاف النظام القيمي بين المجتمع الغربي والعربي وهنا تبرز محاذير تطبيق النظريات الغربية في المجتمع العربي حرفياً.

تقييم النظرية:

- تجاهلت النظرية حقيقة واقعة هي أن قدراً من المعلومات يسري مباشرة إلى الجمهور دون وسطاء.

- أنه كلما زاد التعرض لوسائل الإعلام من قبل الجمهور كلما قل دور قادة الرأي.

- تنسب النظرية طبيعة نشطة لقادة الرأي في البحث عن المعلومات وأخرى سلبية للجمهور العام، بينما الواقع أن جمهور الإعلام العام... جمهور صدفة ... قادة رأي وجمهور عام....

- ان القول بسريان المعلومات على مرحلتين فيه تحديد وتكلف غير واقعي، فقد تسرى المعلومات مباشرة أو على مرحلتين أو ثلاث أو أكثر حسب ظروف التعرض وظروف الاتصال ...!!

- إن الاتصال الجماهيري والشخصي يتكاملان ولا يتنافسان كما تصوره نظرية سريان المعلومات على مرحلتين.

نظرية Agenda-Setting

أُستعير اسم هذه النظرية من فكرة (جدول الأعمال) الذي يبحث في القضايا التي يناقشها الاجتماع أو اللقاء لبحث أولويات العمل.

يمثل عام ١٩٧٢م بداية ظهور هذا المصطلح في دراسات الرأي العام، مع ظهور ددراسة (McCombs Show) حيث تمت إجراءاتها التطبيقية أثناء الحملة الانتخابية الرئاسية عام ١٩٦٨م. (١٣).

فكرة النظرية: تقوم على انه كما يحدد جدول الأعمال لأي اجتماع الموضوعات الهامة ثم الأقل أهمية كذلك وسائل الإعلام لها جدول أعمال للموضوعات الهامة ثم الأقل اهمية أي تركز في المعالجات الإعلامية على موضوعات وتهمل موضوعات أخرى(١٤).

وبالتالي جدول أعمال أية وسيلة إعلامية هو ما تبثه من برامج وما تقدمه من أخبار وماتعرضه من إعلانات وموضوعات فتقوم بالتركيز على بعض القضايا دون الآخر حتى يبدو للجمهور أن هذه القضايا أهم من غيرها وهي أولى باهتمامه كما توحي إليه وسائل الإعلام ، كذلك المساحة الزمنية (راديو وتليفزيون) أو المكانية (في الصحافة) التي تعطيها وسائل الإعلام تعبر عن جدول أعمالها فمثلاً تركيز وسائل الإعلام على الرياضة الأمريكية يجعل أفراد الجمهور يشعر أن ما يجرى حوله في العالم ليس أهم من الرياضة في أمريكا وتركيز الإعلام العالمي الآن على الاضطهاد النازي، يجعل العالم يشعر أن اليهود مظلومون فيتعاطفون معهم وينسون أن اليهود مغتصبون أرض غيرهم.

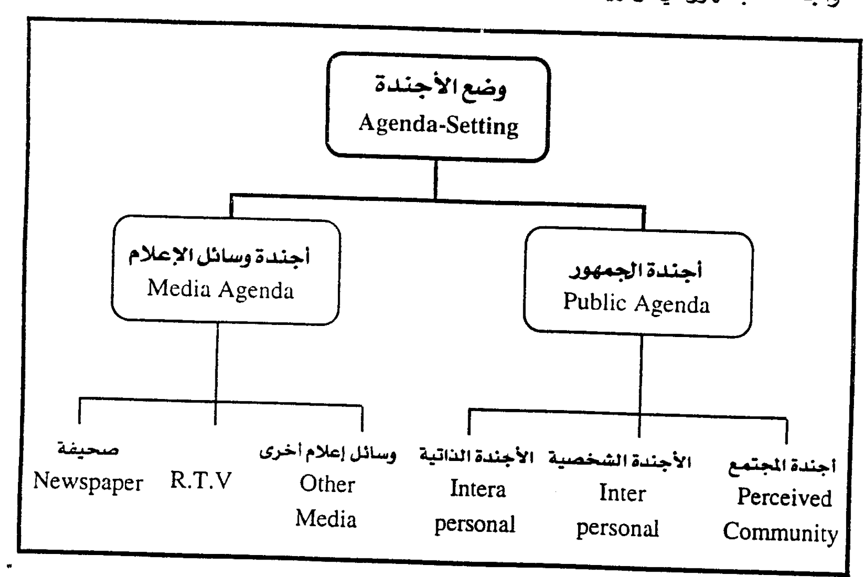
إن فلسفة نظرية تحديد الأولويات Agenda-Setting يعبر عنها بالقول الأمريكي : إنه مهم جداً لأنه ظاهر دائماً في وسائل الإعلام وتافه جداً لدرجة أنه لا يرى إلا نادراً في وسائل الإعلام.

إن الجامعات ومراكز البحوث - في مصر مثلاً - تضم عقولاً رائعة بالآلاف لكن الإعلام لا يعطيهم مساحة ولا حيزاً زمنياً أي لا يمثلون أولويات الأجندة

ولهذا هم يعيشون في الظل ولا يعرف الناس عن إبداعاتهم بينما لاعبو الكرة أو المطربون يملأون وسائل الإعلام ولهذا نقول ليس من أولويات الإعلام المصري الاهتمام بالعلماء .

الفرض العام لوضع الأجندة:

توجد علاقة إيجابية بين أجندة وسائل الإعلام أي أولويات اهتماماتهم وأجندة الجمهور أي أولويات اهتمامها(١٤).



شكل رقم (٢٢)

ونظرية الأجندة تفسر نمطًا جديداً لطبيعة العلاقة التأثيرية بين وسائل الإعلام والجمهور وتضع مجموعة من المتغيرات الوسيطة التي تؤثر في قدرة أو

ضعف هذه العلاقة [١٥].أي أنها تشخص الظروف الموقفية التي تمارس من خلالها وسائل الإعلام دورها.

- **المفاهيم الأساسية للنظرية**

١ - إن وسائل الإعلام قد لا تنجح كل الوقت في تعريف الناس كيف يفكرون ولكنها تنجح بكفاءة في تعريفهم فيم يفكرون.

٢ - أن من يعرض نفسه لأجندة وسيلة إعلامية ما، سوف يكيف إدراكه للأهمية المنسوبة للقضايا المعروضة في اتجاه يتفق وحجم الاهتمام الممنوح لهذه القضايا في الوسيلة المستخدمة.

٣- يختلف الدور التأثيري لوضع الأجندة عن التأثير الإقناعي الذي تتضمن النظرية التقليدية (الحقنة تحت الجلد) أو (القذيفة السحرية) أي أن وسائل الإعلان تتسم بالانتشار لكنها ليست بالضرورة أن تكون أداة إقناع في كل الحالات.

٤ - طريقة استخدام الناس للإعلام تؤثر في دور وسائل الإعلام وتأثيرها على القضايا العامة.

٥ - زيادة تعرض الجمهور لوسائل الإعلام تزيد قدرته على وضع حلول لمشكلاته.

٦ - أن الأجندة تنتقل من وسائل الإعلام إلى الجمهور.

- **شروط وضع الأجندة:**

١ - أن وسائل الإعلام تقوم بعمليات انتقاء مستمر للمضمون الذي تقدمه.

٢ - تلعب حاجات ورغبات الجمهور دوراً واضحاً في وضع الأجندة.

٣ - أن الحاجات المختلفة للجمهور من المعلومات تعتبر عاملاً أساسيًا في وضع الأجندة.

المستوي الثاني من ١٩٧٦:

بدأ عام ١٩٧٦ أثناء الانتخابات وهو امتداد للمستوى الأول ويتكامل معه ومع التراكم المعرفي فاتسع نطاق دراسات الأجندة لتشمل مجالات عديدة في إطار مجموعة من النظريات متكاملة مثل نظريات الغرس وفجوة المعرفة والاعتماد وغير ذلك.

تقييم نظرية الأجندة:

- لم تهتم بالقوى السائدة في بيئة الاتصال فهي اهتمت بأجندة الجمهور وأجندة الوسيلة أما الإطار المجتمعي الذي قد يهم في الحالتين فلم تهتم به.
- إن نظرية وضع الأجندة أقرب إلى نظريات الإعلام السياسي منها إلى الإعلام العام لارتباط نشأتها بالحملات الانتخابية في الولايات المتحدة.
- أنها في كثير من فروضها ربما لا تناسب واقع المجتمع المصري، لأنها بحق
- بنت المجتمع الأمريكي بكل ما فيه ...!!
- أن هذه النظرية تختلف حولها الآراء كثيراً ربما لثراء فكرتها وربما لاختلاف المصطلحات المستخدمة فيها والزوايا التي ينظر منها كل باحث.

تتميز نظرية الأجندة بأنها أوجدت أرضية مشتركة بين الدراسات الإعلامية والعلوم السياسية والاجتماع والنفس الاجتماعي لكونها تتضمن ثلاث مجالات بحثية :

١ - وضع أجندة وسائل الإعلام.

٢ - وضع أجندة الجمهور.

٣ - وضع أجندة السياسة العامة.

العوامل المؤثرة في وضع الأجندة

حدد McConilis مجموعة من العوامل التي أوضحت البحوث دورها في التأثير على وظيفة الأجندة منها (١٦):

على المستوى الفردي

- حاجة الفرد إلى التوجه السياسي.
- التكيف مع الظروف المحيطة.
- معدل المناقشات الشخصية.
- مستوى التعرض لوسائل الإعلام.

على المستوى القومي:

- طبيعة القضايا المطروحة. ـــ قضايا مباشرة التي يعايشها الفرد. / قضايا غير مباشرة / تأثيرات وسائل الإعلام في وضع الأجندة بالنسبة للقضايا غير المباشرة فقط.
- طبيعة النظام السياسي.
- مستوى تغطية وسائل الإعلام ونوع الوسائل.

مراحل تطور النظرية من ٧٢ - ١٩٩٩م

المستوى الأول من (وضع الأجندة) ٧٢-١٩٧٥.

اهتم بصفة عامة بانتقال ترتيب أهمية الموضوعات من وسائل الإعلام إلى الجمهور.

المستوي الثاني من ١٩٧٦:

بدأ عام ١٩٧٦ أثناء الانتخابات الأمريكية وهو امتداد للمستوى الأول ويتكامل معه ومع التراكم المعرفي، اتسع نطاق دراسات الأجندة لتشمل مجالات عديدة في إطار مجموعة من النظريات المتكاملة مثل نظريات الغرس وفجوة المعرفة والاعتماد وغير ذلك.

التطبيقات العربية :

اجرى ايمن غبور عام ١٩٩٠ م دراسة طبق فيها Agenda-Setting نظرية الأوليات، فوجد الباحث تناقضاً بين الموضوعات الرئيسة التي تحتل أولوية في الصحف المصرية وبين الموضوعات التي تشغل بال الجماهير(١٧).

أي أنه ليس بالضرورة ان نجد تطابقاً بين أولويات وسائل الإعلام وأولويات الجماهير في دول العالم الثالث، كما أن نتائج هذه الدراسة تناقضت مع الشرطين الثاني والثالث من شروط وضع الأجندة.

وقد أجرى بسيوني حمادة دراسة حول وسائل الإعلام والسياسة - دراسة في ترتيب الأولويات، ثم تلت هذه الدراسة العديد من الدراسات العربية وفقاً لنظرية الأجندة وهي أكثر من أن تحصى رغم أن هذه النظرية في تقديري لا تزيد عن نموذج لا زال في طور البناء ولم يصل بعد إلى مستوى النظرية.❖

تقييم نظرية الأجندة:

- لم تهتم بالقوى السائدة في بيئة الاتصال فهي اهتمت بأجندتي الجمهور والوسيلة أما الإطار المجتمعي الذي قد يهم في الحالتين فلم تهتم به.
- إن نظرية وضع الأجندة أقرب إلى نظريات الإعلام السياسي منها إلى الإعلام العام لارتباط نشأتها بالحملات الانتخابية في الولايات المتحدة.
- أنها في كثير من فروضها ربما لا تناسب واقع المجتمع المصري، لأنها بحق - بنت المجتمع الأمريكي بكل ما فيه ...!!

تتميز نظرية الأجندة بأنها أوجدت أرضية مشتركة بين الدراسات الإعلامية والعلوم السياسية والاجتماع... إلخ لكونها تتضمن ثلاث مجالات بحثية :

١ - وضع أجندة وسائل الإعلام.

٢ - وضع أجندة الجمهور.

٣ - وضع أجندة السياسة العامة.

❖ هذا، بالإضافة إلى العديد من البحوث الإعلامية التي أجريت في العقد الأخير من القرن العشرين، حيث استخدم هاني جعفر (١٩٩٨) نظرية الغرس، واستخدمت عزة الكحكي نفس النظرية إلى جانب نظريات الاعتماد وفجوة المعرفة والصفوة التي استخدمها محمد عبد الغني ٢٠٠٢.

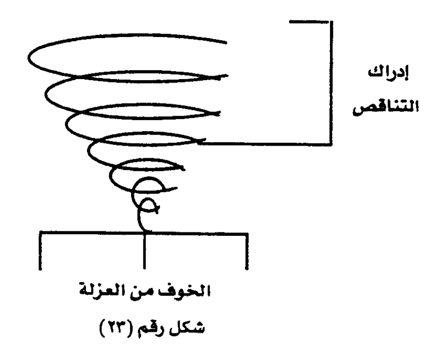
نظرية دوامة الصمت Spiral of Silence

تعد هذه النظرية من النظريات الخاصة بالتأثير القوي لوسائل الإعلام ، ويضعها بعض الباحثين في إطار واحدتقوم على فرض رئيسي فحواه أن وسائل الإعلام حين تتبني اتجاها ثابتًا ومتسقًا من إحدى القضايا لبعض الوقت فإن الرأي العام يتحرك في نفس اتجاه وسائل الإعلام❖

كما تقوم على فرض آخر مؤداه أن سعى الأفراد إلى القبول الاجتماعي وخشيتهم من العزلة الاجتماعية... تجعلهم لا يعلنون الآراء التي لا تحظى بالأغلبية ، فإذا ما اعتقد الأفراد أن آراءهم الشخصية تتسق مع آراء الأغلبية فالأكثر احتمالاً أن يعبر الأفراد عن آرائهم علانية ، وتفترض نيومان أن أفراد (الجمهور) في سعيهم نحو معرفة الاتجاهات السائدة في المجتمع نحو قضية ما يعتمدون بشكل أساسي على متابعة وسائل الإعلام في تقييمهم لمناخ الرأي السائد.

كيفية حدوث دوامة الصمت:

الفرض الرئيسي الذي تقوم عليه النظرية .



شكل رقم (٢٣)

❖ طورت إليزابيث نويل (E,Neole Neumann) فروض النظرية عبر كتاباتها المتعددة..

كلما اتجه تأييد وسائل الإعلام بالاتساع إلى أعلى كلما هبط الفرد إلى أسفل ليكون بعيداً عن الأغلبية التي تشير إليها وسائل الإعلام وهذا مفهوم الاتجاه الحلزوني سواء لأعلى أو لأسفل*.

وتقوم النظرية على فرض رئيس هو :

- معظم الناس يخافون من العزلة، يدفعهم هذا الخوف إلى اتباع الأغلبية في محاولة للتوحد معهم حتى ولو كان ذلك على حساب إخفاء وجهات نظرهم التي تختلف مع رأي الأغلبية وبالتالي التزام الصمت حولها ويتزايد هذا الصمت مع دعم وسائل الإعلام لآراء الأغلبية.

فرض (١) : معظم أفراد المجتمع يخشون العزلة الاجتماعية في البيئة المحيطة ويرغبون في أن تكون آرائهم مدعومة اجتماعياً (جماهيريا) كما يرغبون في الحصول على احترام الآخرين في البيئة المحيطة.

فرض (٢) : كي يتجنب الأفراد العزلة الاجتماعية فإنهم يسعون إلى مراقبة البيئة جيداً ويرصدون الآراء والأنماط السلوكية السائدة في المجتمع ويعبرون عن آرائهم بما يتسق مع الآراء السائدة في المجتمع.

فرض (٣) : يمكن التمييز بين المجالات التي تتسم فيها الاتجاهات والآراء بالاستاتيكية والمجالات التي تتسم فيها الآراء بالديناميكية والتي يشير فيها الباحثون إلى التمييز بين الحالات الصلبة والسائلة في مجالات تكوين الرأي والاتجاه.

فرض (٤) : إذا أدرك الأفراد أثناء فحص ومراقبة البيئة أن آرائهم الشخصية تحظى بالقبول والانتشار فإنهم يعبرون عنها علانية بثقة ملحوظة.. وفي المقابل إدراك الأفرد لعدم جماهيرية آرائهم وفقدانها لأرضية التأثير من جانب الآخرين فإن ذلك يلزمهم الحذر تجاه التعبير عن آرائهم بشكل علني.

---

* نقلاً عن د. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتب، ط١ ١٩٩٧، ص ٢٨٧.

فرض (٥) : أصحاب الاتجاه الأول يتحدثون كثيراً ، ويفضل أصحاب الاتجاه الثاني الصمت.

والنتيجة لذلك حدوث دوامة الصمت والتي تدفع الأفراد إلى إدراك تغييرات الأراء المحيطة وتبني الراي المناسب حتى يستقر كاتجاه سائد في المجتمع.

وفي المقابل فإن الراي الآخر يدفع إلى الخلف من خلال رفضه من الأغلبية وعدم التعبير عنها بفاعلية من جانب القلة المتمسكة بها.. هذا الميكانزم الذي يتم من خلاله تكوين الراي العام والتعبير عنه علانية أطلقت عليه نيومان (Neumann) نظرية دوامة الصمت.

تثبت التطبيقات البحثية ذات الصلة بالنظرية أن الاتجاه السائد في وسائل الإعلام لا يؤدي بالضرورة إلى تدعيم صمت الأقلية.. وبالتالي فإن مصطلح تدعيم الصمت لا يقدم ترجمة دقيقة كما أن لولبية الصمت ترجمة حرفية غير دقيقة للمقصد العلمي للنظرية... كما أن تكوين الراي العام حسب نيومان يصعب تسميته علمياً بدورة الصمت.

ولعل أفضلها هو دوامة الصمت لقدرة هذا المصطلح على نقل المعاني المتضمنة في هذه النظرية خاصة ما يتعلق منها بالأبعاد الاجتماعية والنفسية والاتصالية التي تؤثر في الأفراد عند تكوين آرائهم علانية أمام الآخرين.

الفروض الفرعية لنظرية دوامة الصمت:

قام كاتز (Katz) بتقديم فكرة دوامة الصمت وكيفية حدوثها بشكل أكثر وضوحاً وتفصيلاً حين قدم مجموعة فرض تقوم عليها نظرية نيومان.

فرض (١) : لكل فرد في المجتمع رأيه.

فرض (٢) : لاعتبارات الخوف من العزلة قد لا يعبرون عن هذه الأراء إذا ما شعروا بأن الآخرين لا يؤيدونها.

فرض (٣) : يوظف الأفراد طرقًا إحصائية ظاهرية لفحص ومسح البيئة بحثًا عن مؤيدين (علاقات التأييد).

فرض (٤) : وسائل الإعلام مصدر رئيسي للمعلومات حول توزيع الآراء ومن ثم حول مناخ التأييد اوعدم التأييد.

فرض (٥): بعض الجماعات المرجعية تشكل مصدراً للمعلومات لبعض الأفراد حول توزيع الآراء في المجتمع ومن ثم حول مناخ التأييد والرفض وغير معروف الأهمية النسبية لهذه الجماعات.

فرض (٦): خطاب وسائل الإعلام أحادي الاتجاه... وغالباً ما يكون هوالرأي المسيطر .

فرض (٧) : وسائل الإعلام تتجه نحو تحريف توزيع الآراء في المجتمع متأثرة في هذا بوجهات نظر الإعلاميين أنفسهم.

فرض (٨) : الذين يدركون أن آرائهم لا تحظى بتأييد الآخرين يفقدون الثقة وينسحبون من المناقشات الجماهيرية ويؤثرون الصمت ولا يغيروا من أرائهم الذاتية .

فرض (٩) : في غياب الحوار يمكن السيطرة على المجتمع في ضوء التأثير القوي لوسائل الاتصال

وسائل الاتصال ودوامة الصمت:

تنتمي نظرية دوامة الصمت إلى نظريات الإعلام التي تؤكد على قوة الإعلام في تكوين الرأي العام*... حيث تفترض نيومان أن وسائل الإعلام أهم مصادر التعبير عن الأراء والمشاعر والمعتقدات وتؤكد نيومان على أهمية المتغير

* اماني السيد فهمي، الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأييد في الراديو والتليفزيون، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد السادس ، أكتوبر/ديسمبر ١٩٩٩ ، ص ٢٣٤.

الاتصالي في تشكيل الرأي العام من خلال ثلاث وظائف حيث تقوم هذه الوسائل بالآتي:

(١) وضع وترتيب الأجندة للقضايا الأساسية.

(٢) عرض المناخ (مناخ الراي حول هذه القضايا).

(٣) إمداء الجمهور بالمناقشات حول القضايا المطروحة.

وترجع نيومان فعالية تأثير وسائل الاتصال في تشكيل الرأي العام إلى خصائص وسائل الإعلام التي تؤدي إلى غياب الإدراك الانتقائي :

١ - الشيوع والانتشار Ubiquity

٢ - التراكم Cumulation

٣ - الاتساق Consonance

التطبيقات العربية للنظرية:

كثير من البحوث العربية تعاملت مع هذه النظرية من خلال إمكان استخدامها في بحوث الرأي العام في كل سياقاته الاجتماعية والبيئية والثقافية.. ولعل هذا أحد الأخطاء الظاهرة التي صاحبت محاولات تطبيق النظرية على قضايا لا تلائم معطياتها فمثلاً الفرض الفرعي رقم (١) لا يضع في الاعتبار الأمية السائدة لدى الجمهور في العالم الثالث وأنه ليس دائماً لكل فرد رأيه فهناك «إمّعات» كثير في بلادنا ، كذلك الفرض الفرعي الرابع يجعل من وسائل الاتصال مصدر رئيسي ويتجاهل الاتصال الشخصي ودوره المؤثر في بلادنا.. باختصار يمكن القول إن التطبيق الكامل لهذه النظريات دون حساب لواقعنا الاجتماعي والسياسي والثقافي يجعلنا ننظر إلى نتائج البحوث العربية التي طبقت هذه النظريات بعين الحذر.

في ضوء ما سبق يجب الاعتماد على نظرية دراسة الصمت في ضوء مجموعة شروط في القضية محل الدراسة أهمها:

(١) أن تحظى القضية باهتمام واسع من جانب الرأي العام وتحظى بمكانة هامة في أجندة اهتمامات الرأي العام.

(٢) أن تحظى باهتمام وسائل الإعلام.

(٣) أن تحظى باهتمام الاتصال الشخصي والجمعي من الأفراد والمجتمع.

(٤) أن يتبلور حولها رأي عام واضح.

تقييم النظرية

أولا: الجوانب الإيجابية

- استفادت النظرية من فرضيات ومفاهيم النموذج المعرفي في عمليات الإدراك ونموذج التغيير الإنساني في فكرة استخدام الرأي العام كأداة ضبط اجتماعي.

- تتسم النظرية بدرجة من التماسك والاتساق بشكل معقول ....رغم تعدد النماذج الإرشادية التي اعتمدت عليها.

- إنها من النظريات الحديثة في بحوث الرأي العام.

ثانياً: الجوانب السلبية:

١ - تعرض افتراض نيومان الخاص بالمضمون المتسق والمتكرر لوسائل الإعلام لانتقاد شديد حيث شكك الباحثون في وجود ظاهرة المضمون المتسق والمتكرر لوسائل الإعلام في العالم الغربي (يوجد في بلادنا) لأنه لن يكون في ظل الحرية والمنافسة بين وسائل الإعلام.

٢ - وسائل الإعلام لا تعبر بالضرورة عن الاتجاه السائد في المجتمع ولا تعبر بالضرورة عن رأي الأغلبية ولذلك فإن هذا الفرض الذي بنيت عليه النظرية غير دقيق.

٣ - ركزت نيومان على اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام الجماهيرية في تقييم المناخ السائد في المجتمع وأهملت احتمال اعتماد الأفراد على وسائل الاتصال

الشخصي والجمعي في الاستدلال على مناخ الراي السائد في المجتمع نحو ذات القضايا.

٤ - تفترض دقة الجمهور في تقديره لمناخ الراي السائد في المجتمع حول القضايا المثارة في أوساط الرأي العام من خلال استخدام طرق إحصائية تقوم على سؤال المبحوث ... وهذا محل شك.

٥ - تدعم فكرة سلبية الجمهور من خلال افتراض تأثره القطعي بما يقدم من اتجاهات سائدة في وسائل الإعلام دون وجود بما يقدم من اتجاهات سائدة في وسائل الإعلام دون وجود دليل حقيقي يؤكد هذا - وهو خطأ من نيومان في نظرتها السلبية للجمهور.

٦ - الأقلية لا تصمت بالضرورة بينما النظرية تؤكد على افتراض صمت الأقلية وهو فرض غير حقيقي وإلا ما ظهر المصلحون والمفكرون والأنبياء ...!!

٧ - ركزت على فكرة الخوف من العزلة في تفسيرها لصمت الأقلية كدافع للصمت... ويصعب قبول هذا الرأي كدافع وحيد إذ لابد من البحث عن دوافع أخرى مثل التكافل والتضامن أو غير ذلك...

مراجع الفصل السابع

(١) عادل عبد الغفار، دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو التطبيع مع إسرائيل ، (ماجستير غير منشورة) ، القاهرة، كلية الإعلام، ١٩٩٩.

(٢) مارشال ماكلوهان، استاذ اللغة الإنجليزية بجامعة تورنتو بكندا ولد في سنة ١٩١١م،ودرس الأدب الإنجليزي ، وحصل على الماجستير في سنة ١٩٣٤م ثم الدكتوراه في سنة ١٩٤٣م من جامعة كامبردج والتحق عضواً بهيئة تدريس جامعة تورنتو بكندا سنة ١٩٤٦م.

(٣) جيهان رشتي ، مصدر سابق، ص ٣٧٢ ، ص ٣٧٣.

(٤) نفس المصدر السابق، ص ٣٩٧ ، ص ٤٠١.

(٥) سعدية بهادر، محاضرات في علم نفس النمو، قسم الإعلام بمعهد الدراسات العليا للطفولة للعام الجامعي ١٩٨٨/٨٧م.

(٦) David K-Berlo, The Process of communication, An Intraduction to theory and Practice, N.Y.Halt, Rinehart and Wenston, P.118.

(٧) جيهان رشتي، مصدر سابق، ص ٣٩٩.

(٨) نفس المصدر ، ص ٤٠٢.

(٩) سعدية بهادر، محاضرات في علم نفس النمو، إولقيت على طلاب الماجستير للعام الجامعي ١٩٨٨/٨٧م.

(١٠) شاهيناز طلعت، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، الأنجلو المصرية ، الطبعة الأولى، ١٩٨٠م، ص ٢٧.

(١١) نفس المصدر السابق ، ص ٢٨.

(١٢) نفس المصدر السابق، ص ٣٢.

(١٣) Eugene, F.Shaw, Agenda Setting and Masscommunication Theory ga-zette, No,2,1979,pp.95-97.

(١٤) Maxuvell E. Mc.b.Combs and Donald L.Shaw, the Agenda Setting Function of Mass Media, Public opinion Quarterly, Vd.36,1972.p.170

(١٥) بسيوني حمادة، وسائل الإعلام والسياسة: دراسة في ترتيب الأولويات القاهرة دار نهضة الشرق، ١٩٩٦م، ص١٣.

(١٦) نفس المصدر السابق، ص ٣٩.

(١٧) Ayman Gabour, The Agenda-Setting Function of Egyption News Papers, M.A., Thesis, AUC,1990,pp.107-110.